Royer Yesid Gutiérrez Quecano
Compilador



El turismo gastronómico sostenible
Ruta Bochica
Potencialidades y modelo pedagógico para su desarrollo en Colombia

Fundación Universitaria SAN MATEO
Editorial

Patrimonio cultural y gastronomico de Colombia

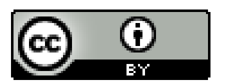




El turismo gastronómico sostenible. Ruta Bochica: potencialidades y modelo pedagógico para su desarrollo en Col

Royer Yesid Gutiérrez Quecano (comp.)

GUTIÉRREZ QUECANO, R. Y., eds. *El turismo gastronómico sostenible. Ruta Bochica*: potencialidades y modelo pedagógico para su desarrollo en Colombia [online]. Bogotá: Editorial Fundación Universitaria San Mateo, 2020, 126 p. Libros resultado de investigación collection. ISBN: 978-958-52633-5-2. https://doi.org/10.7476/9786289558272.



El turismo gastronómico sostenible
Ruta Bochica
Potencialidades y modelo pedagógico para su desarrollo en Colombia

Royer Yesid Gutiérrez Quecano
Compilador

El turismo gastronómico sostenible. Ruta Bochica: potencialidades y modelo pedagógico para su desarrollo en Colombia

© Giovanny Enrique Araque Suárez - Margarita Ruiz Silva
Jorge Alexander Mora Forero - Félix Eduardo Rodríguez Medina
Elizabeth Araque Elaica - Royer Yesid Gutiérrez Quecano
Claudia Milena Rodríguez Rodríguez

COLECCIÓN LIBROS RESULTADO DE INVESTIGACIÓN
Ruta Bochica: Generación de un modelo de turismo gastronómico sostenible para Boyacá (Colombia)

Prólogo
Antonio Rodríguez Ruibal

Proceso de arbitraje doble ciego

Recepción: Abril 2019
Evaluación de propuesta de obra: Junio de 2019
Evaluación de contenidos: Agosto de 2019
Aprobación: Diciembre de 2019

El turismo gastronómico sostenible
Ruta Bochica
Potencialidades y modelo pedagógico para su desarrollo en Colombia

Royer Yesid Gutiérrez Quecano
Compilador

Giovanny Enrique Araque Suárez - Margarita Ruiz Silva
Jorge Alexander Mora Forero - Félix Eduardo Rodríguez Medina
Elizabeth Araque Elaica - Royer Yesid Gutiérrez Quecano
Claudia Milena Rodríguez Rodríguez



Editorial

EQUIPO EDITORIAL
Coordinación de publicaciones
Raúl Antonio Cera Ochoa
Corrección de estilo
Paula Cabezas García
Diagramación
Joan Yañez Barriga

Catalogación en la publicación – Biblioteca Nacional de Colombia

El turismo gastronómico sostenible. Ruta Bochica: potencialidades y modelo pedagógico para su desarrollo en Colombia / Giovanny Enrique Araque Suárez … [et al.] ; Royer Yesid Gutiérrez Quecano, compilador. -- Bogotá : Fundación Universitaria San Mateo, 2020. 127 p. ; 28 cm. -- (Colección libros resultado de investigación)

ISBN 978-958-52633-5-2

1. Turismo gastronómico - Boyacá 2. Turismo sostenible – Colombia I. Araque Suárez , Giovanny Enrique II. Gutiérrez Quecano, Royer Yesid, comp. III. Serie

CDD: 338.4791 ed. 23 CO-BoBN–a1056525

Grupo de investigación



© Editorial Universitaria San Mateo
Transversal 17 No 25-25
https://www.sanmateo.edu.co/editorial.html
Bogotá – Colombia

Bogotá, 2020

Made in Colombia

Cómo citar este libro

Gutiérrez Quecano, R. (Comp.) (2020). El turismo gastronómico *sostenible. Ruta Bochica: Potencialidades y modelo pedagógico* para su desarrollo en Colombia. Bogotá: Editorial Universitaria San Mateo.

Índice

8 Prólogo

Capítulo 1

10 Memoria y gastronomía. De las historias de vida a la receta estándar

Giovanny Enrique Araque Suárez
Margarita Ruiz Silva

Capítulo 2

28 Gastronomía, patrimonio cultural inmaterial en la gestión del turismo local

Jorge Alexander Mora Forero

Capítulo 3

50 **Ruta Bochica. Diagnóstico de potencialidades turísticas y gastronómicas para la generación de una propuesta sostenible**

Félix Eduardo Rodríguez Medina
Elizabeth Araque Elaica

Capítulo 4

69 **Descripción de la preparación y el trabajo de campo de la ruta Bochica**

Félix Eduardo Rodríguez Medina
Elizabeth Araque Elaica

Capítulo 5

Modelo de educación para el desarrollo de las potencalidades turísticas y gastronómicas como elemento sostenible

Royer Yesid Gutiérrez Quecano
Claudia Milena Rodríguez Rodríguez

Prólogo

Lo primero que me vino a la cabeza al recibir la propuesta de hacer el prólogo de esta obra, me recordó a la ilusión que uno tiene cuando inicia un viaje a lo desconocido. Un viaje que se prepara con mucho nervio, mucha incertidumbre y con la misma alegría que tiene un niño con zapatos nuevos. ¿Qué me voy a encontrar? ¿Qué me espera? Esa ilusión se multiplica por mucho, cuando en el viaje añades actividades gastronómicas como la que incluye la presente investigación. Turismo y gastronomía, mi viaje perfecto.

Recordando las palabras de uno de los personajes más internacionales en cuanto a gastronomía se refiere, Ferrán Adriá "No puedes tener una influencia de la cocina de un país si no la entiendes. Y para entenderla, tienes que estudiarla". Y eso, es lo que han hecho los autores analizando con detalle un modelo de turismo gastronómico sostenible para la región Andina colombiana (subregión cundiboyacense) manifestado principalmente en un producto turístico (ruta gastronómica) compuesta a su vez por tours, anillos y recorridos turísticos en el eje vial que pasa por los municipios de Ventaquemada, Tunja, Sotáquira, Villa de Leyva y Sutamarchán.

Ese detalle, al que se suma la experiencia, o como ellos hablan: la memoria como invocación experiencial, hace que la gastronomía turística se convierta en espacios de encuentro, genere niveles de identificación y empatía, atraiga al presente prácticas significativas que han estado en la familia, la comunidad o la cultura por algunos años, o de manera inmemorial posibilite la construcción de sentidos y significados individuales y colectivos.

Y es que el arte de la gastronomía y el turismo, son áreas de estudio y conocimiento donde se unen los estudios asociados a las ciencias sociales, ciencias económicas y por qué no, las bellas artes. La memoria, como se nombra en uno de sus capítulos, se presenta como construcción social y sus implicaciones en la vida cotidiana, yendo más allá de la simple evocación del recuerdo, representado en formas de vida, imaginarios e identidades. Y es que, ¿quién no se acuerda del viaje lo bien qué comió, lo qué comió y dónde lo comió?

La gastronomía debería ser patrimonio de la humanidad, pero no por regiones, sino por identidad propia de cualquier país, para preservarla, difundirla y ser un punto de

encuentro entre culturas. De ahí que los autores analicen los elementos pedagógicos que deben tener los estudiantes y docentes a la hora de identificar un modelo de educación, para el reconocimiento de una identidad gastronómica. Identidad gastronómica que suponga su patrimonio, y ahí Colombia juega con ventaja.

Lean, aprendan, viajen, disfruten.

Dr. Antonio Rodríguez Ruibal
Universidad a Distancia de Madrid

Capítulo 1

Memoria y gastronomía. De las historias de vida a la receta estándar

Giovanny Enrique Araque Suárez [1]
Margarita Ruiz Silva [2]

[1] Magister en Desarrollo Educativo y Social, Licenciado en Educación Básica con énfasis en Ciencias Sociales, Docente Investigador Corporación Unificada de Educación Superior (CUN). Correo electrónico: giovanny_araque@cun.edu.co.
[2] Magister Derechos Humanos, Licenciada en Educación Comunitaria con énfasis en Derechos Humanos Fundación Universitaria Unipanamericana-Compensar, Docente Investigador. Correo electrónico: mruizs@unipanamericana.edu.co.

"El hambre y el amor son lo que mueve el mundo"
Schiller

Resumen

La memoria como invocación experiencial propicia espacios de encuentro, genera niveles de identificación y empatía; trae al presente prácticas significativas que han estado en la familia, la comunidad o la cultura por algunos años, o de manera inmemorial posibilitando la construcción de sentidos y significados individuales y colectivos. La memoria gastronómica tiene una característica especial: "Es un tipo de memoria que estaría dentro de la cultura oral pero que no solamente se sustenta en el lenguaje verbal, sino que pone en juego la memoria del cuerpo y los sentidos de la vista, el olfato, el tacto y el gusto" (Pernasetti, 2011).

Cuando el escritor brasilero Jorge Amado murió (célebre por incluir platos de la cocina popular en sus libros), Fernando Henrique Cardoso dijo sobre su obra literaria: "seduce a los cinco sentidos, llena de colores, sonidos, perfumes, sabores y texturas" (Clavo y Canela, 1958). Por su parte *Doña flor y sus dos maridos* (1966) propicia que el lector reavive su experiencia gastronómica con algunos platos por medio de la narración. Algunos de esos platos ahora hacen parte del patrimonio gastronómico de Brasil; literatura y memoria gastronómica se evocan a través de los sentidos.

Palabras clave: Memoria; gastronomía; historia.

Memorias, olvidos y ausencias gastronómicas

Memorias.

Nuestros recuerdos construyen nuestra identidad. Un desayuno con un tinto, un café con leche, un chocolate o un cacao, constituye no solo una diferencia respecto a los gustos personales o familiares, sino que pueden implicar la construcción de un recuerdo ligado a la unión familiar, el rito del encuentro alrededor del alimento para iniciar el día y por supuesto, el contexto social e histórico. Por ese tipo de recuerdos

está poblada la literatura "Los jarros humeantes de café y de leche. Sobre el níveo mantel, cuzcuz de maíz con leche de coco, banana de la región frita, ñame y aipim" (Amado, 1991, p.22); es decir, el café no es solo el café, también corresponde a todos los recuerdos que se han construido alrededor de una taza.

Precisamente, la literatura ha sido uno de los vehículos bajo los cuales se ha legado la memoria gastronómica. Por ejemplo, en el Quijote y la relación que existe entre la gastronomía del siglo XVII en la Mancha, España y la de hoy en ese mismo lugar, tiene mucho que contar.

Ausencias.

La memoria gastronómica no solo está hecha de los alimentos que consumimos, también de los que no. Ambas constituyen la identidad de los sujetos, las familias, las comunidades y los pueblos. Basta recordar el índex de las aprobaciones y prohibiciones que aparecen en Levítico (11:1-23) de la Biblia Católica:

> Hay, sin embargo, rumiantes que no tienen la pezuña partida. De esos animales no podrán comer los siguientes: (…) El cerdo, porque tiene la pezuña partida en dos, pero no es rumiante; este animal será impuro para ustedes. (…) Las siguientes aves ustedes las rechazarán y no las comerán, porque las considerarán animales inmundos: (…) A todo insecto alado que camina en cuatro patas lo considerarán ustedes un animal inmundo.

Uno de los ejemplos por excelencia es el cerdo. Marvin Harris en *Vacas, cerdos, guerras y brujas* realiza un análisis sobre esta prohibición gastronómica para algunas religiones como el judaísmo y los musulmanes. Así, evidenció:

> Los tabúes [gastronómicos] cumplen también funciones sociales como ayudar a la gente a considerarse una comunidad distintiva. La actual observancia de reglas dietéticas entre los musulmanes y judíos que viven lejos de su tierra de origen del Oriente Medio cumple perfectamente esta función. (Harris, 1980)

Claramente la carne de cerdo es mucho más que un alimento. Culturalmente trascendió y terminó por configurar una identidad y, por lo mismo, en convertirse en un símbolo de los adeptos a esas religiones.

Olvidos.

Recuperación de la gastronomía.

Nuestra identidad gastronómica está hecha tanto de memorias, como de olvidos y ausencias. Gastronomía es identidad, la identidad es lo que apropiamos, aquí liga necesariamente esa palabra que cimenta nuestro lugar de origen: propio, lo típico, lo original. Ejemplo de ello, se encuentra en el siguiente fragmento:

"El cacahuete original del sur de Estados Unidos, que llegó en barcos de esclavos desde África, está de vuelta. Conocido como africano de Carolina, desapareció hace 90 años al ser suplantado por una variedad menos dulce pero más popular en Virginia. Hoy, el científico de la Universidad de Clemson, Brian K. Ward, y el historiador de alimentos de la Universidad de Carolina del Sur, David Shields, están reviviendo esta leguminosa con semillas de los años treinta del siglo XX que encontraron congeladas en un banco de semillas." (Ortiz, F, p. 34)

La memoria como campo de estudio

La gastronomía, así como el turismo, son campos de conocimiento en donde diferentes profesionales de las ciencias sociales y humanas ayudan a constituir los saberes de este campo. Antropólogos, historiadores, sociólogos, pedagogos, psicólogos enriquecen este campo de conocimiento con sus análisis e investigaciones.

La memoria, como construcción social y sus implicaciones en la vida cotidiana, van más allá de la simple evocación del recuerdo, representado en formas de vida, imaginarios e identidades. La memoria es la manera de convertir el pasado en una forma de vivir el presente y de pensar en el futuro, como lo enunciaba Ricoeur (1999, p.12).

I. Memoria colectiva: La primera parte que hace énfasis en la comprensión de la memoria como un acto colectivo que permea a las personas y termina siendo un suceso más allá de una construcción subjetiva. Acudiremos a autores que desarrollan la categoría y que nos posibilitan comprenderla como el resultado de diferentes maneras de recordar y distintas formas de elegir lo que estamos recordando. Es decir, la memoria como un ejercicio selectivo.

II. Memoria e identidades: El segundo lugar de reflexión se centra en la categoría de memoria histórica y sus implicaciones en la construcción de identidades. Constituyen la historia de vida, determinando lo que consideramos lo propio, lo ajeno y lo hibrido.

III. Memoria y gastronomía: La tercera parte, y como resultado de las dos (2) anteriores, busca llevar esta reflexión a las relaciones que se tejen entre la memoria colectiva constitutiva de identidades e historias de vida en el contexto de la gastronomía. Entendemos que todos nosotros hacemos parte de un entramado que, bien entendido, es la muestra más personal de una historia colectiva que se construye a diario y hace parte de todos los que hacemos parte de un contexto determinado.

Memoria colectiva

Comenzar a pensar la memoria como un evento más allá del acto individual es el punto de partida para concebir la memoria como un hecho social. Astrid Erll (2012), nos ayuda a ubicar las maneras en que Hallbwachs sitúa la memoria colectiva a través de tres (3) características:

- Condicionamiento social del recuerdo individual.
- Formas y funciones de la memoria construidas a través de las generaciones.
- Memoria colectiva como herencia.

Cada una de estas definiciones son elementos constituyentes de la manera de entender la memoria más allá de los presupuestos que siempre hemos considerado; “ya no se trata de mirar a la memoria y el olvido desde una perspectiva puramente cognitiva, de medir cuánto y qué se recuerda o se olvida, sino de ver los ‘cómo’ y los ‘cuándo’, y relacionarlos con factores emocionales y afectivos” (Erll, 2012). Entonces, hay otros lugares de comprensión de la memoria, que posibilitan entender otras esferas del hecho social y que, además de aportar al espectro cognitivo, nos permite dilucidar posibilidades dentro del ámbito colectivo y gastronómico. A continuación, describiremos cada uno (1) de estos tres (3) elementos a la luz de la reflexión que nos convoca sobre la memoria.

Condicionamiento social del recuerdo individual.

El juego social, que implica encontrarse y relacionarse, configura las formas de comprender el mundo en las cuales nos movilizamos como seres sociales. Esta interacción nos dota de valores, lenguajes, costumbres, cultura y demás elementos sociales que marcan nuestra forma de ser en el mundo. Esto quiere decir que, siempre que hacemos comprensiones del mundo y lo definimos, lo hacemos de acuerdo con las interpretaciones que se nos han dado de él desde la construcción social en la cual nos hemos desarrollado. Al respecto, (Hawlbachs 2004, p.24), señala que "es en la sociedad donde normalmente el hombre adquiere sus recuerdos, es allí donde los evoca, los reconoce y los localiza" (p. 8).

Esto quiere decir que la experiencia social es determinante en nuestro desarrollo como seres en comunidad, no es posible el recuerdo sin la existencia de marcos sociales en su desarrollo. Está mediado a nivel social, lo hacemos en grupo; tenemos el ejemplo de las conmemoraciones patrias, mediadas por aparatos estatales que apelan al recuerdo para enseñarnos que somos nación.

No contar con estos marcos sociales impediría a las personas la organización, el lenguaje y la memoria en su desarrollo individual; la sociedad nos provee de todo esto. Al respecto Hawllbachs (2004), afirma que:

> Tal reconstrucción del pasado no puede jamás ser sino una aproximación. Esta lo será tanto o más que dispongamos de una mayor cantidad de testimonios escritos u orales. Que tal detalle exterior no sea así rememorado, por ejemplo, leyendo ese libro una tarde, a escondidas hasta una hora avanzada de la noche, o que hemos solicitado tal o cual termino, o tal fragmento del texto, que con amigos reproducíamos, en nuestros juegos, tal escena o imitábamos tales personajes de nuestra narración. (p. 112)

Quienes nos rodean son los que aportan en nuestra capacidad de recordar y determinan qué clase de cosas podemos y debemos recordar. Por lo tanto, se constituye en un hecho social que nos provee referentes de identidad y apropiación a espacios, lugares y fechas de nuestro lugar de nacimiento.

Formas y funciones de la memoria construidas a través de las generaciones.

Recordar es un acto en sociedad, ya lo habíamos enunciado. En ese sentido, es un ejercicio capaz de trascender en el tiempo; una trasmisión que pasa de generación en generación y que termina instalándose en la conciencia de las personas. Esto determina la manera en que las nuevas generaciones expresan su experiencia en imágenes y recuerdos, aunque no sea del todo exacto. Al respecto, Betancourt (1999) señala:

> Es posible que dichas imágenes reproduzcan inexactamente lo pasado y que los recuerdos aparecidos de repente y que se encuentran delante de nuestro espíritu muestren una expresión exacta, y a los recuerdos reales se añade así una masa de recuerdos ficticios; pero inversamente, es posible que los testimonios de otros sean exactos y que ellos corrijan y completen mis recuerdos, al mismo tiempo que ellos se vayan incorporando a los nuestros. (p. 125)

Así, es preciso considerar que la sociedad es dinámica, un ser móvil y cambiante. Como resultado de una reconstrucción intergeneracional, apelamos a la memoria de nuestros mayores quienes nos ubican a lo largo de nuestra historia de vida, de la historia de nuestros grupos sociales y de nuestros Estados-Nación. Nos dan razón de nuestra manera de entender el mundo y de ser una parte de la sociedad a la que aportamos y de la cual recibimos una lengua, una raza y un compendio de costumbres.

Existen tres (3) formas de definir la memoria colectiva.

A partir de la memoria orgánica del individuo, desde un entorno socio cultural. Si bien el recuerdo solo se construye en la experiencia social, es también necesario que se configure la experiencia individual. Hawlbachs denominó a esto "memoria autobiográfica", desde allí nos encontramos como seres que hacen parte de un compendio de situaciones que nos agrupan como sociedad y nos brindan una identidad. Desde allí realizaremos la propuesta de historia de vida que más adelante expondremos.

Además, a partir de una relación con el pasado que surge con la interacción, la comunicación, los medios y las instituciones que se encuentran dentro de los grupos sociales y comunidades culturales (Erll, 2012). Esto quiere decir que las instituciones y espacios anteriormente nombrados son escenarios donde se construye el recuerdo. Allí

confluyen imaginarios que permiten encontrarnos en comunidad, pues "en la medida en que formamos parte de un orden simbólico colectivo podemos otorgarle un lugar a los hechos del pasado, podemos interpretarlos y recordarlos" (Erll, 2012, p. 20).

A partir de lo anterior advertimos que, por principio, una sociedad puede contar con una universalidad de memorias que le permitan comprenderse a sí mismas, por el hecho de considerar que cada persona hace parte en la construcción de una memoria colectiva. Esta es la oportunidad de encontrar lugar de enunciación en la diversidad y, por ende, un campo de acción desde el contexto gastronómico.

Memoria histórica

Hasta el momento se han descrito dos (2) categorías: memoria colectiva y memoria histórica. Nos servimos de estas para intentar explicar lo que a continuación consideramos la función social al momento de comprender nuestro contexto inmediato y su importante razón de ser en función de la construcción social que se encamina hacia el futuro, por lo tanto las traemos a la escuela y las posicionamos como un ejercicio didáctico.

Anteriormente hemos dicho que la propuesta de Hawllbachs al hablar de memoria autobiográfica debe ser considerada como una manera de construir entramados que permitan que se genere historia colectiva. Tal como lo hemos venido desarrollando, es aquel compendio de sucesos y experiencias que van construyendo espacios en común entre los miembros de una comunidad.

En este sentido, la escuela es el escenario propicio para comenzar el ejercicio autobiográfico. No como ese ejercicio de clase que a manera de tarea termina siendo la descripción, siempre inconclusa y muchas veces no concienciada, de sucesos que se dieron en la vida de cada persona.

Lo que proponemos es que trayendo el concepto de "memoria autobiográfica" se haga una constante reflexión sobre nuestra propia historia de vida. Y en co-relato, con el de los demás, hagamos memoria histórica para así encontrar que en este ejercicio es muy posible que hagamos memoria histórica. Esta última, entendida como la forma de hacer reconstrucción de sucesos relacionados alrededor de recuerdos que se articulen con las prácticas cotidianas de alimentación.

Metodologías/Pedagogías para el trabajo con la memoria gastronómica

En principio, las memorias oficiales son todas aquellas que han llegado por una elección premeditada a las escuelas de gastronomía. Son los discursos de poder que están llamados a constituir los discursos de ideal que sobre la sociedad se tienen. Al respecto, Jelin señala sobre Pollak que “son intentos más o menos conscientes de definir y reforzar sentimientos de pertenencia, que apuntan a mantener la cohesión social y a defender fronteras simbólicas” (Pollak, citado por Jelin 1989, p. 9).

En este sentido, es claro el papel como institución que trasmite; debe sentar las bases del sistema de creencias y arraigos que la sociedad que la habita tiene. Por lo tanto, este es el lugar de los centros de poder y uno (1) de ellos es la dinámica gastronómica.

Así, comprender las razones que hacen que la postura científica que hoy tenemos es en realidad una manera de privilegiar la desigualdad que constituye un trabajo de no poco esfuerzo. Desde allí se comienzan a cuestionar los escenarios sobre los que se ha construido el paradigma de Occidente, uno sobre el cual se crean ausencias.

La cotidianidad de los grupos sociales tiene representaciones que hablan de su manera de comprender el mundo. Esto quiere decir que su idea de lo propio está instalada en todo cuanto hace, piensa y siente. Es importante comprender que no todo lo que se considera propio hace parte de nuestra tradición.

Entonces, hablar de memoria en gastronomía nos ubica sobre el lugar de lo que es propio y sobre lo que consideramos propio; pueden ser dos (2) lugares distintos. Allí radica su importancia al construir imaginarios de identidad que permitan que nos narremos a nosotros mismos desde la mesa. Así, los olores, los sabores y las texturas de los alimentos que por siglos hemos llevado a nuestro paladar, constituyen en sí misma una manera de narrar la tradición de un pueblo que recurre a sus recetas para conservar las huellas de su herencia cultural.

Recurrir al discurso sobre lo propio es importante en la medida que marca una diferencia sobre lo que somos y no somos. Hacer memoria en esto constituye, como ya lo veníamos diciendo, una elección del recuerdo sobre lo que evocamos, construimos y olvidamos.

Desde lo anterior, existen implicaciones que trascienden la cotidianidad. Aunque esta se afecte irremediablemente, es importante reconocer una implicación importante

en el campo científico. Las memorias que se privilegian devienen de un discurso de poder y es desde este lugar que hablaremos de las pedagógicas para el trabajo de la memoria.

En el contexto colombiano actual, la lucha contra el olvido se ha vuelto fundamental, se propende trabajar por la paz en el posconflicto. Es necesario continuar con los ejercicios de recuperación de la memoria en distintos ámbitos. Esta necesidad se refleja en palabras de Giraldo (2004) "el olvido prolonga en el presente y hacia el futuro de sus sueños y de sus utopías"(p.3). Estas palabras son la base que sustenta la necesidad del recordar.

En Colombia, y en general en el mundo, tememos recordar; por un lado, porque estamos convencidos que recordar es dejar de vivir el presente y el futuro. Sin embargo, desconocemos que el olvido es una herramienta fundamental a la hora de detener el avance de una sociedad. Consideramos que olvidar es la forma más sencilla de continuar, pero perdemos de vista que al olvidar disipamos el contexto de lo que fuimos, de lo que nos marcó y que nos convirtió en lo que somos ahora. Perpetuar el olvido es la forma más efectiva de desmovilizar mentes e ideas.

Así pues, recordar y educar desde el recuerdo y el testimonio es esencial en tres (3) sentidos. Primero, reconocernos en el otro, no solo desde los proyectos o ideales sociales, también desde la cotidianidad, desde los ejercicios diarios en el andar y el vivir. Segundo, para reconocer las distintas maneras en las que todos vivimos y procesamos las ausencias y las presencias, sin importar su edad, condición social. Tercero, para la construcción de nuevos futuros; futuros que no deben quedar solo en la utopía, futuros posibles.

Muchas veces nos preguntamos ¿por qué recordar? Bueno, si revisamos la historia reciente de la mayoría de los países del mundo, podemos darnos cuenta que la imposición del olvido es una constante. El olvido actúa como un arma silenciosa que ataca mientras nos distraemos con otras realidades. El dolor de mirar de frente nuestro pasado es casi tan insoportable que elegimos evadirlo inconscientemente.

No obstante, los caminos a estos ejercicios han estado rodeados de dificultades, en especial, cuando el olvido aparece acompañado del silencio con el objetivo de borrar la historia. La invitación del olvido es cubrirnos en él, con la esperanza de no sentir la herencia de la que hacemos parte. Nuestra perpetua preocupación por dejar nues-

tro pasado atrás, sin recuerdos de lo que vivimos, es lo que nos orilla en picada a un abismo de construcción de un futuro incierto con el grave peligro de repetir nuestros errores del pasado.

Todo recuerdo está atravesado por nuestra experiencia y la forma en que percibimos esa experiencia; los contextos en los que se desarrollan nuestras acciones atraviesan nuestras memorias personales; se hace completamente necesario iniciar con ejercicios de derrotar al olvido. Sin embargo, esta pelea titánica que emprendemos en contra el olvido debe realizarse en conjunto con el otro, pese a que los recuerdos y las memorias son propias, siempre están enmarcadas socialmente.

Por esta razón, es imperante construir la memoria con la ayuda de otros, desde nuestras narrativas personales pero enlazándolas con las de los otros dando así más sentido al pasado. La memoria, la que busca dar sentido a los hechos que no tienen lógica en nuestra individualidad, ejerce más sentido cuando recibe aportes dese los espacios en comunidad. Permite tener una percepción de los eventos desde una mirada interna y una externa, convirtiéndose en un ejercicio fundamental en la construcción de identidades en los sujetos.

Así es como van surgiendo las nuevas luchas por la memoria. La respuesta al interrogante ¿para qué recordar? es el punto de partida de varios debates sobre la memoria en sí misma. Por un lado, la posiciona como un eje fundamental en los procesos de reivindicar y dignificar la vida y los proyectos de las víctimas y de sus familiares. Por otro lado, como móvil constructor de sujetos(as) colectivos y políticos que se basen en el pasado para reflexionar y trabajar en el futuro. Esto se ve reflejado en los distintos movimientos y organizaciones sociales que se han preocupado por trabajar en la sociedad; con las comunidades desde una mirada histórica contextualizada, aportando a las garantías de no repetición, de verdad, de justicia y de reparación integral.

No obstante, las luchas por trabajar y reconstruir la memoria no deben quedarse solo en espacios cerrados de organizaciones sociales. Para lograr aportar a una construcción de un futuro diferente, donde se reconozcan las responsabilidades reales, los trasfondos políticos, económicos y sociales y los actores que participaron, es necesario ampliar la sensibilización a través de la trasmisión de la memoria. Esto solo puede ser posible trabajando desde la pedagogía:

Desde la pedagogía se propende por incidir en las instancias decisivas de la transmisión cultural, como archivos, museos, patrimonios culturales, sistema educativo, más

media, memoriales y monumentos, para que en todos ellos se asuma el registro de los crímenes de lesa humanidad, como detonante de memoria que redima el pasado y rescate de fecundidad histórica de las víctimas [...] pero este proceso solo puede realizarse a través de la educación y la pedagogía (Giraldo, 2004, p.12).

Sin duda, la construcción desde la pedagogía es el camino más certero para acercar espacios pocos explorados anteriormente, transgrediendo lugares significativos en el cotidiano de la sociedad. El objetivo de trabajar desde una pedagogía crítica, una pedagogía real con una mirada de memoria, siempre será el aportar a la construcción de un nosotros que se cuestione constantemente sobre todo lo que le rodea, para que de esta manera no se plantee una verdad única y estática. En cambio, que los interrogantes los lleven a pensar nuevas realidades posibles que no repita errores del pasado y transforme futuros.

La educación en nuestro país no es un ejemplo de trabajos en sensibilización y apuestas reconstructoras de la memoria, sin embargo, no es algo exclusivo de Colombia. Por lo general, las propuestas educativas están pensadas de tal forma que se conviertan en espacios de exclusión y de eliminación del otro. No obstante, alrededor del contexto social, político y económico colombiano han surgido propuestas educativas alternativas que priorizan una recuperación crítica del pasado, apostándole a la construcción de sujetos(as) éticos y políticos que cuestionen su realidad.

Ortega, Sánchez, Díaz y Villafane (2015) en varios de sus artículos ha propuesto la necesidad de una pedagogía crítica de la memoria en Colombia; crítica porque es claro que en nuestro país la educación debe ir guiada en la construcción de subjetividades ético - políticas “que interrogan y cuestionan las relaciones de subordinación; y que además posibiliten espacios de transformación” (p. 7). Por lo tanto, construir una pedagogía de la memoria, no puede ser solo un ejercicio de recordar, sin duda, debe ser un proceso de interrogación propio que abra puertas a interrogantes más grandes y complejos que los individuales.

Por fortuna, la construcción de las propuestas educativas de memoria en el país se ha nutrido desde distintos aportes de propuestas desarrolladas por todo el cono sur. Las diversas reflexiones que se han generado en los países de Latinoamérica después de la época de las dictaduras, así como las huellas de la violencia que dejaron profundas cicatrices, han sido el motor principal para emprender una lucha de revisión crítica del pasado, transformando así la misión de la educación en Latinoamérica. Como bien lo

menciona Rubio (2007), surge la necesidad de crear y pensar nuevas pedagogías con acción y reflexión que trasciendan hacia acciones educativas transformadoras.

Uno (1) de los objetivos es reconstruir los relatos de los actores ligados a las prácticas gastronómicas, pero desde una mirada crítica que logre poner en diálogo público:

> La creación de estrategias para posicionar el testimonio con el fin de difundir las versiones no oficiales de los acontecimientos enmarcados para que los colombianos dispongan de los elementos necesarios para entender, valorar, y, sobre todo, actualizar críticamente las tradiciones a la luz del presente, entendiendo cuáles son las causas y efectos estructurales. (Girón, 2010, p. 9)

Melich (1998), menciona que la crisis de la educación es una ecuación desde el silencio. Sin embargo, en Colombia esa educación construida en medio de la barbarie y el dolor de las víctimas, es la que posibilita propuestas alternativas y contra hegemónicas. Entonces, dichas propuestas se preocupan por alejarse del viejo debate entre historia versus memoria; más bien, propende el reconocimiento de la comprensión de la historia en un punto de encuentro con la memoria y con el otro, es decir, una educación desde un nosotros.

La propuesta de pedagogía de la memoria en la sociedad colombiana debe procurar varios objetivos. Primero, debe plantarse desde perspectivas críticas que permitan interrogar espacios. Segundo, debe aportar bases sólidas de prácticas democráticas diferentes. Tercero, aportar a la construcción de subjetividades transformadoras que logren vencer el silencio y transmitir a través de prácticas cotidianas; sobre todo, reivindicar la voz de los otros, de sus proyectos de vida, de sus apuestas sociales y de los sueños.

En ese sentido una pedagogía de la memoria con vías de resistencia no puede quedarse en la retórica tiene que asumir en la praxis el abordaje de la historia de la resistencia como expresión ética de la manifestación popular, la toma de conciencia, la razón humanística, la construcción de la democracia, y la exigencia de derechos (Ortega, et al., 2015, p. 145).

Esto es lo que conocemos como narrativas testimoniales; ese espacio donde se trabaja desde la experiencia propia y colectiva. Allí la voz no es solo un audio más, es este ejercicio de autonarración donde se hace posible el tejido de nuevas memorias; desde

donde se pueden trabajar temas desde una perspectiva diferente, a partir de la presencia de sus ideales, y de sus proyectos de vida.

La autonarración como medio, posibilidad y método se constituye como proceso cognitivo porque permite la adquisición de conocimientos emanados de subjetividades que se relacionan para lograr identidad, oírse, pensarse, escribirse y narrase.

Abordar las narrativas testimoniales y las tramas memoriales con sus aspectos inenarrables y su multitud de narraciones posibles supone el enfrentamiento constante con la alteridad, con el radicalmente otro; también supone entender otras temporalidades otras vivencias, otras estéticas y otras territorialidades (Ortega et al., 2015, p. 129).

Por lo tanto, el testimonio es necesario en el ejercicio de la pedagogía de la memoria. Sin embargo, para que ejerza su función es necesario que los maestros procuren que sus alumnos escuchen el silencio de los ausentes. Deben poner de relieve que lo que resulta verdaderamente importante en el testimonio (Melich, 2006).

Entonces, el aporte del docente es fundamental en la construcción de una didáctica crítica de la memoria. Este debe ser participe en la comprensión de los sentimientos frente al otro, frente a la realidad que es ajena a la propia. Los docentes serían a la apuesta didáctica equivalentes a los constructores de un puente, que nos permita pasar del otro lado; este puente se trabaja desde el lenguaje, desde las costumbres pero sobre todo desde los hechos cotidianos que son los más capaces de darle sentido a lo ajeno.

La memoria no pertenece solo a un grupo de personas, es un espacio de construcción colectiva donde todos tenemos algo que conocer y algo que aportar. Sin embargo, es fundamental que las nuevas generaciones conozcan la memoria de la viva; ellos son los que tienen en sus manos el trabajo a futuro, pero este proceso debe realizarse desde la primera infancia.

No podemos trabajar en una sociedad diferente si seguimos pensando que los niños no tienen la capacidad de conocer el pasado. La pedagogía de la memoria, y las didácticas que de ahí surgen deben estar trabajadas no solo desde la voz, sino también con herramientas contextualizadas, que transmitan la memoria de diferentes maneras aportando a la reflexión y explorando lenguajes no convencionales que nos acerquen a una conciencia crítica de un pasado reciente propiciando un nuevo futuro.

Recogiendo lo mencionado anteriormente, las didácticas críticas para una pedagogía de la memoria deben trazar objetivos de reflexión de los contextos sociales, políticos

y económicos, que se encargue de trasmitir y reivindicar las voces de otros, pasando por experiencias vivas que nos acerquen a las realidades del pasado reciente. Según Ortega et al. (2015), sobre el "derecho de existir como ser social, político, histórico, simbólico, y emocional, que tiene la conciencia de prepararse, no para la muerte, sino para la vida y no a pesar de otros, sino junto a ellos- nosotros" (p. 148).

Los distintos procesos y ejercicios de la memoria que se han venido desarrollando en el mundo, en especial en Latinoamérica y Colombia, han traído a la luz uno (1) de los debates más importantes de nuestro siglo, ¿Por qué es necesario recordar? existen diversas formas de recordar y el cómo lo hacemos es lo que genera una gran diferencia en la manera en la que entendemos nuestras prácticas.

Frente a la temática de la memoria desarrollada en el país son claros los avances que han realizado las distintas organizaciones y universidades, como también las instituciones del Estado. Han realizado una valiosa apertura, pero se ha quedado corto en avances en el tiempo; no se ha preocupado por construir herramientas más concretas y que acerquen nuevos espectadores.

Si bien es cierto que se realizan ejercicios continuos de puesta pública de la memoria; es importante pensar en espacios que creen reflexiones frente a lo expuesto, la simbología de las galerías de la memoria. En cuanto al trabajo que se realiza con los jóvenes y niños no se ha logrado construir algo que no solo cuestione, sino que llame su atención, algo en sus propios términos y lenguajes.

También es visible que la continua sobreexplotación de los testimonios ha generado una disminución de la fuerza que él mismo posee. Las narrativas testimoniales son claves a la hora de transmitir la memoria, pero si no se generan reflexiones más profundas, el testimonio se convierte en una voz más perdida entre las demás. Es deber de la pedagogía de la memoria reivindicar los testimonios, por un lado, para que ellos y ellas puedan volver a revitalizar y empoderarse desde su narración. Por otro lado, para que los que escuchan las narrativas logren sentir la empatía suficiente para cuestionar su propia realidad.

Así pues, la clave de la transmisión de las narrativas testimoniales está en lograr compartir (con los espectadores o participantes) de los ejercicios, la cotidianidad; lo que en esta investigación se ha denominado como ausencias y presencias. Las distintas ausencias y presencias que se experimentan en su diario vivir son espacios que todos hemos compartido y sentido alguna vez en nuestras propias historias de vida. Adicionalmente, en los relatos también se puede observar que estos espacios reconfiguran

la cotidianidad, las cenas familiares, el salir a caminar, o estar limpiando la casa se vuelven espacios reconfigurados.

La apuesta de construir herramientas desde una didáctica crítica no puede ser solo una propuesta a corto plazo, en donde se creen herramientas y se dejen archivadas. Esta es una apuesta que pretende alcanzar y transgredir todos los espacios posibles, pensando siempre en clave generacional. No se puede omitir que procesamos las ausencias y las presencias de forma diferente de acuerdo a cada etapa en la que estemos. Por lo tanto, es nuestro deber docente, así como de profesionales, alcanzar cada público con un lenguaje propio, comprensible, cotidiano y que genere ejercicios de reflexión.

Referencias bibliográficas

Amado; J. (1991) Cacao. Gabriela, Clavo y Canela; Biblioteca Ayacucho, Caracas Venezuela ISBN 980-276-155-9

Betancourt, D. (1999). *Memoria individual, memoria colectiva y memoria histórica. Lo secreto y lo escondido en la narración y el recuerdo*. Red de Bibliotecas Virtuales de Clacso.

Biblia Católica Dios Habla Hoy (1920), Editorial Sociedades Bíblicas Unidas, ISBN 9789587453447

De Sousa santos, B. (2009). *Una epistemología del sur*. Clacso ediciones.

Erll, A. (2012). *Memoria Colectiva y culturas del recuerdo, estudio introductorio*. Bogotá: Universidad de los Andes.

Giraldo, J. (2004) Memoria Histórica y Construcción del Futuro, COLOMBIA NUNCA MÁS, Informe Final.

Girón, C. (2007). El campo conflictual de la construcción de la memoria histórica en Colombia: tensiones, retos y perspectivas. Consultado en: http://www.dialogoseducacion.org

Harris, M. (2000). *Vacas, cerdos, guerras y brujas*. Alianza editorial

Hawlbachs, M (2004) La Memoria Colectiva y Memoria Histórica, Paris Tercera edición

Jelin, E. (1989). *¿De qué hablamos cuando hablamos de memorias? Los trabajos de la memoria*. España: Siglo Veintiuno editores.

Kriger, M. (2011). La enseñanza de la historia reciente como herramienta clave de la educación política: Narrativas escolares y memorias sociales del pasado dictatorial argentino en las representaciones de jóvenes estudiantes de la Ciudad de Buenos Aires y conurbano (2010-11). *Persona y Sociedad, 25*(3), pp. 29-52.

Melich, J (1998) Filosofía de la finitud, El ciervo: revista mensual de pensamiento y cultura, ISSN 0045-6896

Melich, J. (2006) Escuela, ética y moral El ciervo: revista mensual de pensamiento y cultura ISSN 0212-4599

Nussbun, M. (1999). *Los límites del patriotismo*. Beacon press.

Ortega, V., Sánchez, C., Díaz, J., & Villafane, G. (2015). *Pedagogía de la Memoria para un país amnésico*. Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

Ortiz, Fernando (1990) Nuevo Catauro de Cubanismos, La Habana, Ed. De Ciencias Sociales.

Pernasetti, C. (2011). Comer y recordar. La cocina tradicional y la memoria colectiva. Recuperado de: https://www.academia.edu/18891702/Comer_y_recordar._La_cocina_tradicional_y_la_memoria_colectiva

Ricoeur, P. (1999) La lectura del tiempo pasado: Memoria y olvido. Madrid, Arrecife Producciones

Rubio, G. (2007) La critica de Racière a la educación moderna, Educación contextos Sociales y propensión a aprender. Polis Revista Latinoamericana

Capítulo 2

Gastronomía, patrimonio cultural inmaterial en la gestión del turismo local

Jorge Alexander Mora Forero [1]

[1] Magister en Educación, Especialista en Gestión Financiera, Administrador Turístico y Hotelero Docente Investigador Corporación Universitaria Minuto de Dios. Correo electrónico: jorge.moraf@uniminuto.edu.co.

"Lo importante no es lo que se come, sino cómo se come"
Epicteto

Resumen

Sin lugar a dudas el concepto "patrimonio" abarca una serie de elementos intrínsecos para su construcción conceptual. No obstante, este capítulo intenta describir la forma en que la herencia cultural y gastronómica se convierte en una representación local donde las comunidades ven una oportunidad de ingresos. Esto les permite generar una mercantilización de estos elementos, para lograr una sostenibilidad socioeconómica. Es allí, donde surge la importancia de gestionar el patrimonio gastronómico, y de este modo lograr un intercambio a través de los turistas que buscan un turismo experiencial, que logra mantener algunas tradiciones culturales.

Palabras clave: Memoria; gastronomía; historia.

¿Qué es el patrimonio cultural?

Antes de abordar las concepciones del patrimonio es importante aclarar que el concepto "patrimonio" es bastante extenso. Este epígrafe describe de forma inductiva las diferentes formas que adquiere el patrimonio, para centrarse al final en las representaciones culturales inmateriales, tesis central de este capítulo. De igual forma, el texto deja abierto líneas de análisis, por ejemplo, cómo la gastronomía se ha convertido en un atractivo turístico, desde el punto de vista del patrimonio cultural inmaterial en las comunidades.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, por sus siglas en inglés); plantea por primera vez dos (2) lineamientos para el patrimonio cultural en dos (2) de sus convenciones. Por un lado, estableció la *Convención sobre la protección del patrimonio cultural y natural* (UNESCO, 1972), que pretende actuar en materia de protección y difusión del patrimonio, de la que surge la lista del Patrimonio Mundial, conocida también como de Patrimonio de la Humanidad. También es importante resaltar la *Convención sobre la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial* (UNESCO, 2003a). Estas dos (2) convenciones permiten reconocer lugares, eventos o representaciones sociales de gran importancia para la humanidad.

La conceptualización del patrimonio cultural en muchos casos es objeto de discusión dado que el concepto es interdisciplinar; desde muchos aspectos se intentan dar descripciones teóricas de este concepto. Además, existen ciertas discusiones de lo que es el patrimonio cultural, o lo que "debe ser, los valores adscritos, las formas de reconocimiento y declaratorias, así como los sistemas legales y marcos institucionales de protección" (Villaseñor & Zola, 2012, p. 76). Lo que lleva a desglosar este concepto y repensar que el patrimonio debe descomponer los elementos temáticos que lo han construido. En la mayoría de los casos los conceptos más comunes con los que se acostumbra a asociarlo son "identidad, tradición, historia, monumentos, territorio" (García & Criado, 1999, p. 71).

Ahora bien, algunas consideraciones epistemológicas apuntan hacia el patrimonio cultural con una visión positivista y proyectista, que impide describir las problemáticas del uso del patrimonio. Debido a que muchos autores abordan el patrimonio como una estrategia conservacionista, desde el horizonte, restaurador, arqueológico, histórico, es decir, son expertos en hablar del pasado (García & Criado, 1999). Es allí donde muchas veces se convierte el patrimonio cultural en un discurso "sencillo" para las instituciones e individuos (Medina, 2018).

El patrimonio es una forma de representación en aspectos culturales que permiten mostrar los elementos colectivos de una sociedad; esta condición debe ser sostenible, para que lo puedan apreciar las futuras generaciones (Medina, 2018). Tales representaciones culturales incluyen el conjunto de bienes, materiales e inmateriales, identificados por una comunidad como un aporte al desarrollo axiológico autónomo (González, 2009). No obstante, el patrimonio con el que cuenta una comunidad es desconocido por sí mismo y en muchos casos se pierden rasgos distintivos a causa de la globalización (Sandoval, 2009). En ocasiones las comunidades o sociedades que desconocen su patrimonio cultural, problema acentuado con el desarrollo de prácticas turísticas no planificadas (Alfonso, 2003).

La cultura se constituye como uno de los principales recursos para el desarrollo del turismo y uno de los atractivos de viajeros; su uso inadecuado y no planificado tendría efectos catastróficos en algunas poblaciones, y causaría la desaparición de turistas y anfitriones (Alfonso, 2003). De allí, la importancia de las acciones que realizan entidades comprometidas con esta causa como la UNESCO. De igual forma la institucionalidad es un elemento que permite generar un reconocimiento internacional del patrimonio, lo que les permite a las comunidades el desarrollo pleno de su creatividad e identidad cultural intangible (Molano, 2007, p. 79).

Representaciones sociales como patrimonio cultural inmaterial.

La identidad cultural contempla los valores, identidades y representaciones de tradiciones, símbolos, creencias articulados como elementos propios de una comunidad o grupo social (Mercado & Hernández, 2010). Tales elementos representativos actúan como pilar imprescindible para que los miembros de una comunidad puedan establecer un sentimiento de pertenencia. Es allí donde el patrimonio cultural inmaterial compone estas prácticas culturales y de valores compartidos que pueden unir a la comunidad (Mouly & Giménez, 2017).

La identidad cultural es bastante compleja; su construcción se logra a través de los efectos de la acción humana con el medio originario (Aponte, 2003). Además, la identidad es el elemento central del fenómeno turístico patrimonial a nivel nacional, regional, local; permite una rememoración del pasado en los aspectos propios de un grupo social (Timothy, 2011). Por ello, es importante que en las comunidades se desarrolle una identidad cultural común, en lugar tener rasgos de múltiples culturas (Jensen, Arnett & McKenzie, 2011).

Para entender mejor la identidad, es importante conocer la evolución del concepto cultura y cómo ha llegado hasta nuestros días (Molano, 2007). Es lamentable, actualmente la cultura, en todas sus manifestaciones, constituye uno (1) de los incentivos más apreciados del turismo. A causa de este, los rasgos culturales de algunas poblaciones desaparecieron; es perjudicial para turistas y anfitriones (Alfonso, 2003). Por ello, es imprescindible antes que pensar en procesos de turistificación, establecer los vínculos de la comunidad y afianzar las representaciones sociales, para evitar se pierdan con la acción turística.

Como ya se mencionó, el patrimonio cultural aparece con los lineamientos de la UNESCO por medio de la *Convención para la salvaguardia del patrimonio cultural inmaterial* (2003). Esta forma de patrimonio debe promover el desarrollo comunitario e identitario de los pueblos; contribuir al diálogo entre culturas y promover el respeto hacia otros modos de vida (Mouly & Giménez, 2017). Por ello, estas representaciones deben salvaguardar y reconocer las expresiones, conocimientos y técnicas; transmitidas de generación en generación, para que los pueblos tengan un sentimiento de identidad y continuidad (UNESCO, 2003b). Tales representaciones identitarias, culturales e intangibles se manifiestan en varios aspectos, tal y como se puede apreciar en la Tabla 1, a continuación:

Tabla 1. Elementos del patrimonio inmaterial

Las tradiciones
Las expresiones orales
Las artes del espectáculo
Los usos sociales, rituales y actos festivos
Los conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo
Las técnicas ancestrales tradicionales

Fuente: Elaboración propia, a partir de UNESCO (2003a).

Incluso, en la lista de manifestaciones culturales se encuentra el uso del idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial. Adicional, en esta lista anteriormente descrita se incluyen los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales inherentes a las prácticas y expresiones culturales, según la UNESCO (2003b). Esta última, contempla dos (2) listas de patrimonio cultural inmaterial; una requiere medidas urgentes de salvaguardia; la otra lista representa el patrimonio cultural inmaterial de la humanidad. Estas listas de representaciones sociales, a pesar de su fragilidad, se establecen como elementos importantes para la conservación de identidad y diversidad cultural frente a la creciente globalización (Mouly & Giménez, 2017).

Turismo y patrimonio cultural.

En este contexto, también desde del ámbito de la gestión del turismo, el patrimonio es crecientemente considerado como un atractivo turístico, es decir, un elemento que potencialmente puede ser puesto en valor por la actividad turística (Troncoso & Almirón, 2005, p.8). El turismo patrimonial puede ser importante en las ciudades y pueblos debido a su concentración de recursos patrimoniales y también porque este tipo de turismo atrae a muchos visitantes (Su, Bramwell & Whalley, 2018). Además, el conocimiento por la cultura es una tendencia turística; muchos visitantes quieren tener experiencias y compartir las tradiciones de las comunidades anfitrionas.

Es evidente que el desconocimiento del patrimonio representa una pérdida de valor identitario; el mayor problema a la hora de abordar la cultura desde las prácticas turísticas (Alfonso, 2003; Santana, 2003; Serrano, 2013). Así, "Es posible afirmar que a través del paisaje cultural y el patrimonio se pone algo en común y ese 'algo' es lo que permite transformar una actividad cotidiana en un espacio de expresión democrática y solidaria" (Mora & Motato, 2019, p. 72). En definitiva, se debe evitar la pérdida de tradiciones, para ello se deben hacer planes para la gestión cultural, de forma que se puedan exaltar tales expresiones, pues este es principal medio para atraer turistas. De igual forma, la gestión del patrimonio hacia el turismo debe hacerse de forma ética, y sostenible.

Gastronomía, patrimonio y experiencia turística.

El turismo gastronómico hace parte de la trilogía en turismo: alimentación, transporte y hospedaje. En el ámbito internacional, el turismo gastronómico fue el centro de atención en el año 2000, cuando se celebró por primera vez el *Congreso Mundial de Turismo Gastronómico*; allí se empezó a dar mayor relevancia a esta tipología del turismo. Francia, España e Italia son países que ya tienen posicionado el turismo gastronómico como un producto del patrimonio inmaterial de la humanidad (UNESCO, 2010). En Latinoamérica, el país más emblemático para el turismo gastronómico es Perú; además, cuenta con una clara política pública gastronómica, busca generar una marca. Incluso, el país Inca ha sido premiado como destino gastronómico por cinco (5) años consecutivos por los Premios Mundiales de Viajes (WTA, por sus siglas en inglés) (Travel Awards, 2016).

Por su parte, Colombia reconoció la importancia de la gastronomía en el 2014; el Ministerio de Comercio Industria y Turismo (MinCIT) generó un plan estratégico para la construcción del producto turístico gastronómico nacional 2014 -2018. Este programa estableció temas de capacitación, empresa, calidad, identidad y promoción del turismo gastronómico colombiano. El objetivo del plan se centró en el fortalecimiento de la gastronomía y su promocional nacional e internacional (MinCIT, 2007). No obstante, la gastronomía ha adquirido en el país una gran importancia, desde el punto de vista patrimonial, debido al gran potencial identitario, social y diverso que hay en el territorio.

De esta manera, "El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes" (UNESCO, 2011). Las

múltiples tradiciones gastronómicas colombianas son originales, versátiles, artesanales y también refinadas, capaces de saciar todo rango de paladar. Cada región cuenta con ingredientes, especialidades y características, sin embargo, la mayoría posee una herencia indígena, española y africana que las hace más agradables.

La cocina de un pueblo no está determinada solamente por las características de su geografía física; en su condimentación, en su sazón y en su presentación están involucrados sus múltiples herencias étnicas, sus mitos ancestrales, la variada sustancia de sus tradiciones (Alzate, 2003). Cuando se habla de gastronomía, de hecho, no se entiende únicamente el conjunto de alimentos o platos típicos de una localidad; abarca un concepto mucho más amplio que incluye tradiciones, procesos, personas y los estilos de vida que se definen en torno a la misma (Di Clemente, Mogollón & López, 2014).

Por otro lado, la gastronomía es hoy en día parte central de la experiencia turística. Este tipo de turismo ha ganado más adeptos en los últimos años. Los turistas son atraídos por los productos locales, y buscan productos culinarios conectados con su origen. Torres (2003), señala que hay turistas que se alimentan y otros que viajan para comer; los turistas realizan su búsqueda gastronómica desde una perspectiva que puede ser tanto cultural como fisiológica, aunque el objetivo final es degustar el paladar. Al respecto, Lópes y Jesús (2011) señalan:

> La gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores clave de atracción para definir la competitividad de los destinos turísticos y pretende dar respuesta a un tipo de viajero cada vez más identificado con la búsqueda de lo autóctono (p. 915).

La gastronomía es uno de los elementos esenciales de la experiencia turística, que además hace parte de las tradiciones de una cultura. Muchos turistas conocen otras culturas por medio de la gastronomía. Incluso, un estudio científico reveló que el cocinero fue la primera profesión de la humanidad (Carmody, 2011). Además, la alimentación es una de las formas más primitivas de satisfacción de las necesidades biológicas de los seres humanos, que con el tiempo "pasó a ser un complejo conjunto de significados culturales pasados de generación en generación" (Bahls, Krause & da Silva, 2019, p. 315). La gastronomía es un factor de diversificación que incluso se puede complementar con los elementos del desarrollo rural (Jiménez, 2019).

La gastronomía como una representación cultural identitaria.

De acuerdo con Molano (2007), "el concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias". La gastronomía es un símbolo territorial, una muestra tanto de la cultura como de la naturaleza que nos define como seres humanos con arraigo a un determinado lugar. La gastronomía típica que se asocia a cada contexto es parte del patrimonio de las sociedades; un trazo de su identidad que se refleja a través del cultivo; los productos y platos típicos, o las formas de servir y consumir tan nuestras, sin embargo, tan diferentes en contextos culturales extraños simplemente por no ser propias o no estar habituadas a ellos. Comer descalzo, o sin cubiertos, son hechos tan habituales en determinadas culturas como rarezas en otras (Fusté, 2016).

Los aspectos culturales han acompañado a los procesos turísticos; "ya el turismo por sí solo no se trata de un hecho social de gran trascendida" (Ascanio, 2003, p. 34). Muchos destinos turísticos culturales y de patrimonio se encuentran en zonas rurales o suburbanas. Áreas, por lo general entornos residenciales tranquilos y pacíficos, durante las temporadas turísticas de poca actividad. Durante una temporada turística pico, o un evento especial en una comunidad de acogida, los residentes se enfrentan (Jeon, Kang & Desmarais, 2014). Por ello, los planes de turismo deben procurar los bienes colectivos, de este modo, evitar caer en una competencia desleal.

La gastronomía como patrimonio cultural inmaterial.

La relación entre patrimonio y cocina es intrínseca cuando se trata de productos y técnicas propios de una región particular. Además, la alimentación humana es un acto en el cual inciden factores de orden ecológico, histórico, cultural, social y económico, unido a una red de representaciones, simbolismos y rituales (Álvarez, 2002, p. 11). La relación de identidad más notoria entre los alimentos y el patrimonio es que las tradiciones gastronómicas ayudan a establecer o reforzar el carácter regional o nacional (Timothy & Ron, 2013). Es por esto que en ocasiones las comunidades no valoran estas representaciones; así, descuidan un factor importante para el desarrollo identitario.

La gastronomía se ha convertido en un campo de estudio, "por enfocarse en la relación existente entre la comida y la cultura" (Álvarez, Mendoza & Covarrubias, 2018, p. 179). Una mirada hacia el interior del destino permite analizar y valorar la herencia cultural con la que se cuenta; por ejemplo, las costumbres y las tradiciones, reflejadas

en una actividad diaria y tal vez sobrevalorada como lo es la cocina. Expertos señalan que "La comida ha sido durante mucho tiempo uno de los marcadores más importantes de identidad regional y étnica, junto con la religión, el idioma, el folklore y otros elementos distintivos de la cultura" (Timothy & Ron, 2013, p. 99).

El patrimonio cultural inmaterial abarca las representaciones y expresiones reconocidas por las comunidades como parte de su cultura (UNESCO, 2003). Es allí donde se incluyen los saberes culinarios que han sido representativos de una población. Por ello, los aspectos de una cultura alimentaria bien definida se utilizan con una aprehensión positiva para el desarrollo del marketing (Herrera & Blanco, 2010). Estos axiomas alimentarios son elementos que no solo estimulan la construcción de identidad cultural, sino que permite ser un elemento para la comunicación y mercadeo turístico (Tellström, Gustasen & Mossberg, 2006). Las relaciones entre las cocinas del patrimonio y el turismo son múltiples y complejas. En estos temas especiales, conceptos relacionados con identidad, creación de imagen, autenticidad y cambio inducido por el turismo son algunos de los temas más destacados.

Es evidente que el recurso gastronómico tiene elementos distintivos para poder identificarse como patrimonio cultural del turismo (Di Clemente, Mogollón & López, 2014). Como tal, las representaciones gastronómicas son un eje articulador para el desarrollo de una cadena de valor y aporte al desarrollo de los pueblos que buscan incorporar alternativas de autosostenimiento en las economías locales (Anderson, 2016). Además, estos sabes culinarios permiten que se desarrollen nuevas formas de ingresos de identidad local y a su vez procesos sobre revalorización de los elementos culturales. Esto permite afianzar, a partir de las prácticas gastronómicas, un desarrollo turístico local que aporte al desarrollo turístico sostenible (Mora & Motato, 2019). Del mismo modo, "las técnicas de cocción logran en muchos casos vincular al turista con expresiones únicas de cocina que bien pueden llegar a rememorar otras similares" (Llano, 2017, p. 304).

El patrimonio culinario local es de gran importancia si se analiza que los turistas gastronómicos, en la actualidad, representan un segmento de mercado de gran crecimiento desde los aspectos económicos (Di Clemente, Mogollón & López, 2014). Tal crecimiento, para el desarrollo local, se logra a través de elementos de comunicación. Según San Juan, citado por Fusté (2016), la gastronomía es una fórmula de comunicación y transmisión cultural, ya que comunicación y cultura son simultáneas y coincidentes.

La cocina, actividad milenaria y rasgo distintivo de cada cultura, es la nueva herramienta mercadológica utilizada por los servidores y proveedores de productos y servicios. Conocer y valorar las riquezas culturales con los que un destino cuenta, se traduce en la explotación de sus atributos que resultará en la derrama económica del destino turístico. Además de ofrecerlos como medio de conocimiento de años de historia y lograr tener visibilidad internacional de un patrimonio material a un patrimonio inmaterial (Álvarez, Mendoza & Covarrubias, 2018).

Figura 1. Ilustración 1 Buffet Andino



Fuente: Mora, J. "Isla del sol, Bolivia", 2018.

Los pueblos muestran que se puede preservar la historia con cada uno de los ingredientes, costumbres, platillos, fiestas. Sin embargo, al no utilizarlos o modificarlos se está perdiendo la esencia y adoptando nuevas culturas alimentarias, satisfaciendo el deseo, el gusto y no el consumo (Mena & Fiallos, 2018). Esto permitirá una transferencia de un patrimonio de carácter simbólico y de identificación; "de un patrimonio visible a un patrimonio invisible" (Álvarez, 2002, p. 11).

Por ello, las comunidades deben promover el consumo de productos gastronómicos propios y fomentarlos en la cotidianidad, compartiendo sabores y saberes que con el desarrollo de los mismos perduren en el tiempo (Mena y Fiallos, 2018, p. 197).

El patrimonio cultural, más allá de ser un objeto de estudios académicos o con fines declaratorios, es un concepto intrínseco a las complejidades humanas que muchas veces los miembros de una comunidad desconocen. Por ello, es imprescindible afianzar las representaciones culturales de los pueblos con el fin de reestablecer las costumbres de identidad cultural, esto se logra a través de la revaloración de lo cultural.

De este modo, se pueden afianzar los productos gastronómicos como un atractivo cultural para los turistas gastronómicos, quienes cada vez quieren un turismo más vivencial y experiencial. Por esta razón, las comunidades deben apropiarse de tales representaciones turísticas para así lograr, por un lado, que las prácticas cotidianas se establezcan en el territorio. Por otro lado, que a su vez se gestionen como un insumo del turismo patrimonial; auto gestionado sosteniblemente por los habitantes del territorio.

La gestión del patrimonio cultural, por lo general, es una realidad desde las comunidades. Estas en muchos casos transfieren parte de este patrimonio hacia los visitantes o turistas, ávidos de tener una "experiencia turística". Por ello, a través de la gastronomía le permite generar a las comunidades una oferta que se convierte en un insumo para el desarrollo turístico; esta representación cultural se convierte en una experiencia por los turistas. Por tal razón, el turismo gastronómico se establece en una forma para los comensales que quieren experimentar un plato y tener una experiencia cultural.

Gestión del turismo local y la gastronomía

El turismo comunitario se establece como una forma para el desarrollo de productos gastronómicos; permite gestionar una serie de elementos que son insumo para un intercambio de lo que se denomina una experiencia turística. Es allí donde los turistas motivados por "probar" buscan deleitar su paladar. Esta práctica comercial permite que los productos de una región se puedan comercializar, brindando así un valor para el sostenimiento económico de una región. Los miembros de las comunidades son las personas que desarrollan platos o similares con características identitarias. Por esta razón, es importante generar investigaciones, como este libro, al visibilizar y hacer que perduren tales representaciones culturales.

Por otro lado, las comunidades ven una oportunidad para gestionar acciones turísticas comunitarias, las cuales son representaciones con un gran potencial, en gran parte, por el reciente proceso del posconflicto colombiano (Mora, 2018). En la actual coyuntura turística, las representaciones culturales adquieren una gran importancia para el desarrollo local; además de la gran oferta gastronómica que tiene el país, la cual se está empezando a consolidar como una apuesta turística en algunas regiones. Es casi un deber que las regiones exalten características identitarias de un plato, para lograr una mayor valoración de la cocina y así establecer procesos gastronómicos de turistificación en el territorio, gestado por la comunidad, para el beneficio de la misma. De esta forma, se tendrá un proceso de turismo sostenible, principalmente, desde una óptica sociocultural.

Gestión del turismo sostenible.

El turismo sostenible surge como un eje transversal para todas las formas y tipos de turismo. Entendiendo este tipo de turismo como aquel "que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas" (OMT, 2018). Por ello, es importante hacer hincapié en que el turismo comunitario por lo general tiene una acción sostenible; existe una serie de elementos gestionados por los dueños y habitantes del territorio (Mora & Motato, 2019).

La palabra que hace mención al desarrollo sostenible es responsabilidad; es de suma importancia si se desea implementar un modelo que convoca a todos los miembros de la sociedad; se debe exigir una actitud de compromiso en cada una de sus acciones, para que sean de carácter socioeconómico y medioambiental (Mora & Motato, 2019, p. 67). Sin embargo, es importante reconocer que el desarrollo del turismo siempre deja una huella que puede ser positiva o negativa dependiendo de cómo se desarrolle la actividad.

Lamentablemente, la sostenibilidad económica, ecológica y sociocultural no ha ido de la mano con el crecimiento del sector. En ocasiones genera beneficios para unos pocos y no contribuye al desarrollo de la población de las zonas en la que se lleva a cabo, ni al cuidado medio ambiental del lugar aprovechado. En síntesis, el turismo sostenible es aquel que preserva los atractivos turísticos para las futuras generaciones.

Turismo comunitario.

El término turismo comunitario apareció por primera vez en el año 1985 con el trabajo de Murphy. A partir de ese momento muchos investigadores se interesaron por defenderlo y estudiarlo más a fondo (Orgaz, 2013). Como lo plantean Vargas, Ocaña y Chaviano (2017), el turismo comunitario es aquel que se realiza con la participación de las comunidades locales receptoras. Ellas ponen productos y servicios a disposición de los turistas para mejorar su calidad de vida y enfrentar la crisis económica. También existen trabajos denominados *Turismo Basado en la Comunidad* (CBT, por sus siglas en inglés) (Ruiz, 2015).

El Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF, por sus siglas en inglés) indica que el turismo comunitario hace referencia a aquella actividad turística en la cual la comunidad (receptora o local) tiene un control importante y participa activamente mientras una buena parte de los beneficios se quedan en ella (Jiménez, 2019). Por otro lado, Orgaz (2013) sugiere que el término "turismo comunitario" solo sea empleado en aquellas ocasiones en que la población receptiva local tenga un control realmente alto e importante, tanto de las actividades como de los beneficios obtenidos.

Figura 2. Taller de tejidos autóctonos como práctica turística



Fuente: Mora, J., "Valle Sagrado (Perú)", 2018.

Muchas comunidades se han unido para crear estrategias que les permitan atraer turistas; con el fin de obtener nuevas fuentes de ingresos que les ayuden a mejorar su calidad de vida, y preservar el atractivo turístico en el que viven (Vargas, Ocaña & Chaviano, 2017). Por ello, se puede decir que esta actividad se encuentra encaminada a la creación de productos turísticos que involucren a la comunidad local; con el ánimo de reducir al máximo el impacto negativo que pueda llegar a ocasionar en cada uno de los cuatro (4) factores de la sostenibilidad como lo son: social, medioambiental, económico y cultural. Además, fortalecer todo impacto positivo que pueda generarse en cada uno de los mismos, mejorando la calidad de vida de la población receptora y su entorno.

El CBT genera beneficios adicionales a la comunidad; le permite alcanzar un desarrollo económico superior, sin sustituir sus actividades tradicionales (Vargas, Ocaña & Chaviano, 2017). De acuerdo a este planteamiento, entonces, podría decirse que la idea principal de este tipo de turismo es contribuir a los locales con sus actividades económicas y medio de vida. El turismo comunitario mejora la calidad de vida de los habitantes, así como también enriquece la experiencia de viaje del turista (Montesinos, 2016, p.22). El turismo comunitario es entendido como toda forma de organización empresarial sustentada en la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios; con prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados (Maldonado, 2005).

Como lo plantea Orgaz (2013), el CBT desarrolla otras formas de turismo como el turismo cultural y el turismo de aventura. Este mismo autor plantea que el turismo comunitario está fundamentado por tres (3) bloques. El primero, los interesados en la actividad turística; el segundo, las empresas de servicios directas, y el último son las empresas que apoyan el turismo en el destino (Orgaz, 2013). Hacer turismo comunitario no necesariamente quiere decir que estemos siendo sostenibles y haciendo aportes económicos positivos.

El CBT debe ser planeado de manera adecuada, con la coordinación y participación de los interesados; con el fin de obtener beneficios para el destino, en especial, para la población local, y minimizar los impactos negativos que puedan generarse. Por lo anterior es necesario hacer hincapié que esta actividad debe ser sostenible. El CBT fortalece las relaciones con respeto y equidad, generadas a partir del intercambio que se da entre el turista, la comunidad y sus prácticas y tradiciones (Vargas, Ocaña & Chaviano, 2017).

El turismo comunitario comprende el aprovechamiento de ventajas comparativas en condiciones complejas; con oportunidades y capacidades que puedan transformar la realidad o el entorno en las comunidades involucradas. Por ello, se propone ampliar el alcance social del turismo, confiriendo a las poblaciones locales mayor responsabilidad en la tarea de su destino y el desarrollo del producto turístico (Orgaz & Cañero, 2015 p. 1437). Esta actividad debe brindar un uso óptimo a los recursos medioambientales, fundamental para el desarrollo turístico. Las prácticas turísticas deben respetar la autenticidad social; conservar el patrimonio cultural, así como contribuir con la tolerancia intercultural (OMT, 2018). En este sentido, Mora y Motato (2019) mencionan:

> El turismo comunitario enmarca las actividades que realizan los turistas o visitantes, en las comunidades rurales o urbanas, donde sus habitantes encuentran en el turismo una actividad económica complementaria o principal, como fuente de ingresos. Los habitantes de estas comunidades tienen una participación activa en los servicios turísticos, haciendo uso de los recursos, ambientales y culturales de forma sostenible. Esta actividad debe ser viable económicamente, donde la mayoría del gasto de los viajeros, aporte al desarrollo de la comunidad. Para ello, debe haber una integración de todos los oferentes del servicio turístico. (p.30).

De allí se plantea el concepto de "común unidad de seres humanos, la cual vincula a las personas entre sí. Mediante la diversidad es posible alcanzar una cultura humana en común que se ve reflejada a través de la comunicación, el aprendizaje y los dialectos" (Mora & Bohórquez, 2018, p. 51). Los aportes que se erigen en esta materia surgen desde distintos campos, de acuerdo con los rasgos en común que estudia este concepto. Entre los dogmatismos que abordan, de esta temática se destaca la participación de las ciencias humanas como la sociología, psicología, antropología, politología, entre otras. No obstante, algunas ciencias empresariales proponen definiciones de acuerdo a sus características del saber, como es el caso de la economía y la administración. Desde un punto de vista general la comunidad puede definirse como un grupo o conjunto de personas que comparten características en común tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo.

En lo que respecta al conocimiento sobre turismo gastronómico, el excursionismo y la gastronomía están ligados; no debe ser menospreciado debido a que los turistas realizan un consumo turístico significativo (Oliveira, 2011, p. 750). El turismo comu-

nitario representa una oportunidad para desarrollar iniciativas que permitan generar conciencia a los turistas sobre la importancia cultural de estas representaciones culturales (Mora, 2019). Las comunidades tienen la opción de desarrollar un turismo a partir de sus representaciones, lo que les permite tener ingresos adicionales para el desarrollo de su economía, sin dejar a un lado sus actividades tradicionales (Mora, Yamova & Murtuzalieva, 2019).

Conclusiones

La gestión del patrimonio cultural va más allá de realizar monumentos, museos, entre otros; muchas de las prácticas cotidianas en los pueblos se convierten en un patrimonio inmaterial el cual se debe gestionar de forma sostenible para evitar la pérdida de identidad en las comunidades. Parece casi utópico, sin embargo, muchas de las representaciones de la identidad se han convertido en una motivación para muchos turistas que quieren visitar destinos turísticos donde pueda tener experiencias turísticas vivenciales que les permita reconocer los rasgos identitarios de una comunidad.

Muchos pueblos han visto en el patrimonio cultural una oportunidad de gestionar un turismo como complemento a sus actividades económicas. Esto debido a que las dinámicas turísticas actuales se han configurado hacia un turismo más experiencial; además, muchos de los viajeros buscan en el turismo una forma de reconocer las identidades locales y así conocer el patrimonio cultural. En muchos de los territorios el turismo ha aparecido de forma inesperada y las comunidades han adoptado prácticas para satisfacer la demanda de viajeros que buscan disfrutar y reconocer la identidad de los pueblos.

El turismo gastronómico adquiere una mayor relevancia; muchas personas tienen una inclinación a "probar" nuevos sabores. Tal es la curiosidad de las personas que para realizar estas prácticas turísticas buscan lugares con rasgos únicos, que les permita satisfacer sus necesidades y motivaciones. La gastronomía se establece como una representación cultural en los pueblos; Colombia tiene un gran potencial para el desarrollo de un turismo sostenible alrededor de esta gran riqueza patrimonial, cultural e inmaterial. Además, se cuenta con un gran potencial para posicionar al país como un destino gastronómico de calidad.

Ahora bien, más allá del potencial turístico y gastronómico que han tenido los pueblos colombianos, se evidencia desde la posición centralista, una prioridad para el desarrollo de estas iniciativas. Muestra de ello son las políticas establecidas; por pri-

mera vez esta industria aparece como una prioridad para el Gobierno por su valor intelectual (Secretaria del Senado, 2017). De igual forma, la academia está prestando mayor atención desde el punto de vista hermenéutico; permite reconocer y darles un mayor valor a las representaciones gastronómicas desde una perspectiva patrimonial.

En conclusión, el turismo tiene un potencial enorme para el desarrollo comunitario y es el derrotero para mostrar las representaciones culturales locales. Incluso, ya se habla de un turismo naranja como un turismo sostenible y generador de desarrollo cultural, económico y social, para la gestión del patrimonio cultural y el desarrollo de las industrias creativas (Tresserras, 2015). En definitiva, se deben encaminar las acciones para el desarrollo de un turismo sostenible, que permita dar a conocer la riqueza gastronómica y cultural que poseen las comunidades. De este modo, se logrará establecer una ruta hacia el desarrollo de destinos turísticos comunitarios, bajo la insignia de un turismo naranja.

Referencias bibliográficas

Alfonso, M. (2003). El patrimonio cultural como opción turística. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), pp. 97-115. https://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832003000200006

Álvarez, M. (2002). La cocina como patrimonio (in) tangible. *Temas de Patrimonio Cultural*, 8(11).

Álvarez, M., Mendoza, M., & Covarrubias, E. (2018). Preservación de la herencia cultural a través del turismo gastronómico. *Hitos de Ciencias Económico Administrativas,* (68), pp. 177-189.

Alzate, J. (2003). Panorámica de la cocina colombiana. *Turismo y sociedad*, 2, pp. 141-148.

Aponte, G. (2003). Paisaje e identidad cultural. *Tabula Rasa*, (1), pp. 153-164.

Anderson, P. (2016). *Los orígenes de la posmodernidad*. España: Ediciones Akal.

Ascanio, A. (2003). Turismo: la reestructuración cultural. *Pasos*, 1(1), pp. 33-37.

Avieli, N. (2013). What is "Local Food?" Dynamic culinary heritage in the World Heritage Site of Hoi An, Vietnam. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3), pp. 120–132. doi:10.1080/1743873x.2013.767812

Bahls, Á., Krause, R., & da Silva, E. (2019). Comprensión de los conceptos de culinaria y gastronomía: una revisión y propuesta conceptual. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(2), pp. 312-330.

Carmody, R. (2011). Energetic consequences of thermal and nonthermal food processing. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 108(48), pp.199- 203.

Di Clemente, E., Mogollón, J., & López-Guzmán, T. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura. Educación*, (9), pp. 817-833.

Fusté-Forné, Francesc. (2016). Los paisajes de la cultura: la gastronomía y el patrimonio culinario. *Dixit*, 24(1), pp. 4-16. Recuperado de: http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0797-36912016000100001&lng=es&tlng=es.

García, N., & Criado, A. (1999). *Los usos sociales del patrimonio cultural*. Andalucia: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía.

González, M. (2009). Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de turismo*, (23), pp. 237-254.

Herrera, J., & Blanco, T. (2010). *Estrategias de marketing para grupos sociales*. ESIC Editorial.

Ibáñez, R., & Rodríguez, I. (2012). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo. *Medio ambiente y política turística en México*, 1, pp. 17-33.

Jensen, L., Arnett, J., & McKenzie, J. (2011). Globalization and Cultural Identity. *Handbook of Identity Theory and Research*, pp. 285–301.doi:10.1007/978-1-4419-7988-9_13

Jeon, M., Kang, M., & Desmarais, E. (2014). Residents' Perceived Quality Of Life in a Cultural-Heritage Tourism Destination. *Applied Research in Quality of Life*, 11(1), pp. 105– 123. Doi: 10.1007/s11482-014-9357-8

Jiménez, L. (2019). *Agroturismo: Estrategia para el desarrollo de espacialidad rural y la sustentabilidad ambiental*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Llano, F. (2017). Gastronomía, turismo y potencialidades territoriales: el plato minero y la salazón, bases para el turismo alimentario en Nemocón. *Cuadernos de Geografía-Revista Colombiana de Geografía*, 26(2), pp. 295-306.

López-Guzmán, T., & Jesús, M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. *Tourism & Management Studies*, 1, pp. 915-922.

Mateos, M. (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. *En Relaciones interculturales en la diversidad* (pp. 199-217). Cátedra Intercultural.

Medina, F. (2018). *La construcción del patrimonio cultural inmaterial de carácter alimentario y sus retos en el área mediterránea: el caso de la Dieta Mediterránea*.

Mena, A., & Fiallos, M. (2018). Alejados de nuestra identidad culinaria tradicional por las nuevas culturas alimentarias. *INNOVA Research Journal*, pp. 189-199.

Mercado, A., & Hernández, A. (2010). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*, 17(53), pp. 229-251.

Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, (7), pp. 69-84.

MinCIT. (15 de febrero de 2019). El turismo obtuvo resultados históricos en 2018. *Ministerio de Comercio Industria y Turismo*. Recuperado de: http://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/el-turismo-obtuvo- resultados-historicos-en-2018s.2017.11.004

MinCIT. (2007). Política de Turismo Cultural. Recuperado de: https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2007/POLITICA_DE_TURISMO_CULTURAL.pdf

Mora, J. (2018). Oportunidad del turismo comunitario en el desarrollo rural del posconflicto colombiano. En Félix Rodríguez (Comp.) *Gastronomía, Hotelería y Turismo: Sostenibilidad e Inclusión* (pp.23-38). Bogotá: Fundación Universitaria San Mateo. Recuperado de http://palma.sanmateo.edu.co

Mora, J., & Bohórquez, L. (2018). El turismo rural comunitario ¿Una oportunidad en el posconflicto colombiano? *Riturem*, 2(2), pp. 49-59.

Mora, J. (2019). El desarrollo rural colombiano, una mirada desde el turismo comunitario. *Turpade*, (10), pp. 41-54.

Mora, J. & Motato, J. (2019). *Turismo comunitario en Colombia: Desarrollo social y sostenibilidad*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Mora, J., Yamova, O., & Murtuzalieva, T. (2019). Community-Based Tourism as the Leading Approach to the Rural Development. En *Sustainable Leadership for Entrepreneurs and Academics* (pp. 503-510). Springer, Cham.

Mouly, C., & Giménez, J. (2017). Oportunidades y desafíos del uso del patrimonio cultural inmaterial en la construcción de paz en el posconflicto. Implicaciones para Colombia. *Estudios Políticos*, (50), pp. 281-302.

Netto, A. (2007). Filosofía del turismo: Una propuesta epistemológica. *Estudios y perspectivas en turismo,* 16(4), pp. 389-402.

Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. El Turismo Gastronómico en Mealhada - Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20(3), pp. 738- 752.

Orgaz Agüera, F. (2013). El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. Nómadas, Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas.

Orgaz, F y Cañero, P. (2015) Ecoturismo y desarrollo sostenible. Un estudio de caso de comunidades rurales de la República Dominicana, Vol 13. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Organización Mundial del Turismo. (2018). *Guía para el desarrollo del Turismo Gastronómico*. Madrid: OMT.

Montesinos, P. (2016) Estudio de mercado para la implementación de una operadora turística, en la parroquia San Andrés de Canoa, en el cantón San Vicente, en la provincia de Manabí, Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social. Carrera de Turismo y Hotelería

Ruiz-Ballesteros, E. (2015). Turismo de base local y comunidad ¿Una vinculación oportuna? Revista Andaluza de Antropología

Sandoval, L. (2009). La identidad nacional en tiempos de globalización. *Revista Electrónica Educare*, 13(2), pp. 7-16.

Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes antropológicos*, 9(20), pp. 31-57.

Santana, A. (2005). *Antropología y turismo ¿nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel

Serrano, A. (2013). Gentrificación. Globalización, turismo y patrimonio. *Revista Cambios y Permanencias*, (4).

Su, R., Bramwell, B., & Whalley, P. (2018). Cultural political economy and urban heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 68, pp. 30–40. doi:10.1016/j.annal

Travel Awards (2016) Lo mejor de la gastronomía y turismo, ciudad de México 10 de Noviembre

Tellström, R., Gustafsson, I., & Mossberg, L. (2006). Consuming heritage: The use of local food culture in branding. *Place Branding*, 2(2), 130– 143. doi:10.1057/palgrave.pb.5990051

Timothy, D. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Bristol: Channel View.

Timothy, D., & Ron, A. (2013). Understanding heritage cuisines and tourism: identity, image, authenticity, and change. *Journal of Heritage Tourism,* 8(2-3), pp. 99–104. doi:10.1080/1743873x.2013.767818

Torres Bernier, E. (2003) "Del turista que se alimenta al turista que busca comida – Reflexiones sobre las relaciones entre la gastronomia y el turismo". In Lacanau, G., Norrild, J. Gastronomia y Turismo . Cultura a Plato. CIET, Buenos Aires.

Troncoso A. y Almirón. A (2005) Turismo y Patrimonio Hacia una Relectura de sus Relaciones, Universidad Nacional del Mar de Plata, ISSN 0329-2045

Tresserras, J. (2015). El conjunto conventual de San Francisco de Quito: un caso piloto de programa de patrimonio mundial y turismo sostenible. Los retos de la gestión turística responsable y la participación comunitaria. In *Revista Anales*, (1), pp. 511-531.

UNESCO. (1972). Convención para la salvaguarda del Patrimonio Cultural. *UNESCO*. Recuperado de: https://whc.unesco.org/archive/convention-es.pdf

UNESCO. (2003a). Convención para la salvaguarda del Patrimonio Cultural. *UNESCO*. Recuperado de: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000132540_spa/PDF/132540spa.pdf.multi

UNESCO. (2003b). ¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial? *UNESCO*. Recuperado de: https://ich.unesco.org/doc/src/01851-ES.pdf

Villaseñor, I. & Zolla, E. (2012). Del patrimonio cultural inmaterial o la patrimonialización de la cultura. *Cultura y representaciones sociales*, 6(12), pp. 75-101.

Capítulo 3

Ruta Bochica. Diagnóstico de potencialidades turístico-gastronómicas para la generación de una propuesta sostenible

Félix Eduardo Rodríguez Medina [1]
Elizabeth Araque Elaica [2]

[1] Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras (especialista en Desarrollo Turístico), Docente Investigador. Correo electrónico: ferodriguez@sanmateo.edu.co.
[2] Magister en Dirección de Marketing, Especialista en Gerencia, Administradora Turística y Hotelera, Decana de Ciencias Sociales y Administrativas Fundación Universitaria San Mateo. Correo electrónico: decanatura.administrativas@sanmateo.edu.co.

> "Creo en la cocina de mestizaje, que es el fruto del paso del tiempo, de invasiones, de la emigración, de la integración de usos y costumbres de diferentes pueblos. En definitiva, el mestizaje es producto de la historia."
>
> Alain Dutournier (Chef francés)

Resumen

El objetivo del presente capítulo es generar un modelo de turismo gastronómico sostenible para la región Andina colombiana (subregión cundiboyacense); manifestado principalmente en un producto turístico (ruta gastronómica). La ruta está compuesta por tours, anillos y recorridos turísticos en el eje vial y pasa por los municipios de Ventaquemada, Tunja, Sotáquira, Villa de Leyva y Sutamarchán. Además, el capítulo analiza el trabajo desarrollado por el grupo de investigación Patrimonio Cultural y Gastronómico de Colombia en la sensibilización de la población de los municipios establecidos como objeto de estudio.

Palabras clave: Turismo gastronómico sostenible; innovación empresarial; innovación en tradiciones culinarias; ruta de turismo gastronómico sostenible.

Antecedentes y contextualización del proyecto de investigación de la ruta Bochica

Bien es cierto el muy popular y conocido refrán de que "del dicho al hecho hay mucho trecho", y es lo que se presentará lo largo de este capítulo, es decir, la concreción de una idea de investigación que va desde su concepción (lógica y objetiva) hasta identificación del potencial turístico gastronómico de cinco (5) municipios de Boyacá que dan los insumos para la posterior generación de una propuesta de un producto tangible. En él, se explica el proceso investigativo y de campo realizado en torno a la idea de una ruta turístico-gastronómica y los diversos pasos para tal fin.

Entre otras acciones, estos comprendieron la consulta de referentes y antecedentes, como también la de expertos del medio que han trabajado en el tema mediante entrevistas semiestructuradas que justificaron inicialmente el proceso investigativo desde lo patrimonial, lo socioeconómico y lo medioambiental. Lo anterior llevó a la sistematización y análisis de la información para dar una base teórica robusta al proceso.

Luego se pasó al trabajo de campo mediante la visita a los municipios que componen la ruta (con una visita inicial de preparación antes de la salida de campo) para establecer su potencial turístico gastronómico (y lo que ello involucra), así como las representaciones sociales del turismo y su entorno, para al final determinar de manera objetiva las posibilidades del establecimiento de una ruta real, funcional y sostenible.

En este punto, es necesario aclarar el porqué del trabajo sobre las "representaciones sociales" como un elemento diferenciador de este proceso investigativo, frente a otras labores que se han realizado alrededor de actividades turístico-gastronómicas. Para clarificar el concepto, y según Araya (2002):

> Las R S *(Representaciones Sociales)*, en definitiva, constituyen sistemas cognitivos en los que es posible reconocer la presencia de estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener una orientación actitudinal positiva o negativa. Se constituyen, a su vez, como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva, la cual se rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de la forma en que las mujeres y los hombres actúan en el mundo. (p.11)

De esta manera, la interpretación sobre cómo se percibe lo turístico, lo gastronómico, y sus aspectos generales para la comunidad, se hizo por el acercamiento directo a la misma en los municipios incluidos en la investigación. La labor se llevó a cabo mediante entrevistas y la dinámica de talleres en los municipios que hacen parte de la ruta; ante todo, buscó sus percepciones sobre las posibilidades del desarrollo del producto turístico gastronómico en dichos lugares.

Ahora bien, otro aspecto inicial de este proceso investigativo fue el hecho de que cuando se dio inicio a la configuración del proyecto, principalmente, se pensó en el producto o manifestación gastronómica como el objeto de trabajo. Esto es, el "plato" de alimento en sus variadas formas y presentaciones, cuestión de la que se hará recuento a continuación; sin embargo, tuvo otros giros al desarrollar la actividad investigativa.

Así, en el año 2017 se generó una propuesta de investigación como resultado de las inquietudes presentadas de la práctica del ejercicio docente de los investigadores principales Elizabeth Araque Elaica y Félix Eduardo Rodríguez, en el área de Gastrono-

mía de la Fundación Universitaria San Mateo. En esta primera propuesta se realizó una breve reseña del origen de la cocina de mestizaje en la región Andina colombiana, subregión cundiboyacense (Villa de Leyva y zona de influencia) en dos (2) etapas.

La primera etapa comprendió la reflexión de la importancia de reconocer las raíces como parte integral de la identificación cultural nacional y regional basados en el plato "Indios" y algunas de sus variables. Pasamos por el estudio de su transformación hasta el día de hoy, buscando al final la reconstrucción, registro y confección de algunos platos tradicionales, "Indios" y tres (3) de sus variables de la citada zona geográfica.

A partir del levantamiento de información de esta primera etapa se buscó la innovación y adaptación a los modelos de producción/comercialización del citado plato. Hasta allí, el objeto de investigación seguía siendo el "plato o manifestación". No obstante, en el trascurso de la labor investigativa, sobre todo en la actividad de trabajo de campo en Boyacá, surgieron otras inquietudes.

Estas dieron pie a un segundo proceso: la idea de generar una ruta turístico-gastronómica sostenible, pasando inicialmente por un diagnóstico de potencialidades de la zona objeto del proceso investigativo que pasa por los municipios de Ventaquemada, Tunja (especialmente la vereda de Runta), Villa de Leyva, Sutamarchan y Sáchica. Así, se buscó afianzar un estudio de la riqueza cultural y gastronómica de la zona, y por ende preservar el patrimonio cultura intangible (local, regional y nacional) que identifica a su gente no con un ánimo chauvinista, sino con la finalidad de preservar lo propio para cimentar futuro e historia.

Para realizar los primeros pasos del diagnóstico estratégico, según la metodología de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en complemento al modelo propuesto por el grupo de investigación, se realizaron las siguientes acciones:

- Un estudio inicial de caracterización de la zona.

- La preparación del grupo de ayudantes de investigación, así como los procedimientos y material de recolección de información para la salida de campo.

- Una visita preparatoria a los municipios para el reconocimiento y planificación *in situ* de la salida de campo y la solicitud de colaboración de las autoridades locales relacionadas con la actividad turística y la Policía Nacional.

- La salida propiamente dicha con el levantamiento de inventarios turísticos básicos, el de inventario preliminar o de identificación del patrimonio cultural intangible. Además, la realización de los talleres de representaciones sociales (en Villa de Leyva y Sutamarchán), entrevistas y el registro audiovisual de la actividad.

- Por último, la compilación, análisis, sistematización y digitalización de la información recolectada para dar origen a un informe escrito que es parte esencial de este capítulo y se presentará en un apartado especial.

Aquí es importante presentar el hecho, como no el único, pero si como el principal *leitmotiv* del proceso investigativo; la gastronomía apenas aparece de manera explícita y tan solo se ve como uno de los tantos componentes del viaje en el turismo, integrado por instalaciones y servicios complementarios (Montesinos, 2016), y no como uno de sus motivantes principales para desplazarse a algunos destinos.

En este orden de ideas, el presente trabajo (y su objeto de investigación) se encaminan a posicionar una categoría, la de "turismo gastronómico sostenible", visto desde el requerimiento de la alimentación. No solo como una necesidad fisiológica de sobrevivencia, sino como el gusto por vivir una experiencia en el consumo de alimentos y bebidas que no se encuentran en el lugar de origen, hecho que en sí mismo motiva el traslado a un destino especial (Montesinos, 2016). Por lo anterior, aquel que es considerado turista gastronómico no consume alimentos y bebidas para sobrevivir, en cambio, viaja para consumir experiencias en cuerpo y alma, esta última, también pendiente de conocer nuevas culturas y saberes en lo local.

El citado argumento también lleva a considerar el turismo alimentario como "una actividad que se constituye alrededor del reconocimiento gastronómico y de una experiencia ligada al territorio, a partir de la conservación, difusión y posicionamiento de una identidad gastronómica a nivel regional, nacional e internacional" (Llano, 2017). Aquí es donde se genera el puente lógico entre lo gastronómico y lo turístico; asimismo, la posibilidad de generación de un producto que involucre estas dos (2) actividades.

Por otra parte, es importante comentar que del proceso investigativo que se presenta en este capítulo y sus diversas labores (análisis de los aspectos teóricos, los trabajos de campo, y conclusiones) se ha originado la configuración de un modelo pedagógico que se explicará en un capítulo aparte de esta obra. En este sentido, es aplicable a la

formación de los estudiantes de gastronomía y actividades académicas afines; es un aporte importante y diferenciador de esta obra. En el acápite que prosigue se explican cifras y datos de la actividad turística, base objetiva de las potencialidades y necesidad del proyecto de investigación en desarrollo.

Algunos datos del fenómeno turístico en la actualidad (internacional, nacional, local): Boyacá

El trabajo de investigación sobre la necesidad y conveniencia (social, económica, medio ambiental, entre otros aspectos) de la generación de una ruta turístico-gastronómica sostenible se basa en los indicadores objetivos de crecimiento del interés en dicha actividad a nivel internacional, nacional y local. Para ello, ha de observarse hechos como el reportado por la OMT; quien estimó para el 2018 un aumento del 6% de las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) en todo el mundo. Así, llegan a una cifra de 1.400 millones de ellas, con un crecimiento del 3.7%, frente a un 3.1% de la economía mundial, según la cifra reportada por el Banco Mundial; además, una perspectiva de sostenibilidad continua para las Américas (lo que incluye a Colombia) para finales del 2019, como se evidencia en la Tabla 1.

Tabla 1. Llegadas de turistas internacionales, proyecciones 2019

2019: crecimiento cercano a las tendencias históricas

Proyecciones 2019 – Llegadas de turistas internacionales, crecimiento (%)

Mundo	+3% a +4%
Europa	+3% a +4%
Américas	+2% a +3%
Asia y el Pacífico	+5% a +6%
África	+3% a +5%
Oriente Medio	+4% a +6%

Fuente: UNWTO, "Resultados del turismo internacional 2018 y perspectivas 2019", (2019).

Para Zurab Pololikashvili (Secretario General de la OMT), en el informe del "Barometro OMT del Turismo Mundial" (2019), el crecimiento del turismo en los últimos años reafirma que:

> El sector es hoy uno de los motores más poderosos de crecimiento y desarrollo económico a nivel global. Tenemos la responsabilidad de gestionarlo de manera sostenible para traducir esta expansión en beneficios reales para todos los países, y en particular, para todas las comunidades locales, creando oportunidades de empleo y emprendimiento y sin dejar a nadie atrás. (UNWTO, 2019)

Para el caso de Colombia, en declaraciones del actual Ministro de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT) (2019), José Manuel Restrepo, el año 2018 fue el mejor en la historia de la industria turística colombiana. Una muestra de ello es la cifra de visitantes no residentes que llegaron a Colombia, que fueron 4.276.146 personas y la ocupación hotelera llegó hasta el 55,46% como se ve en la Figura 1.

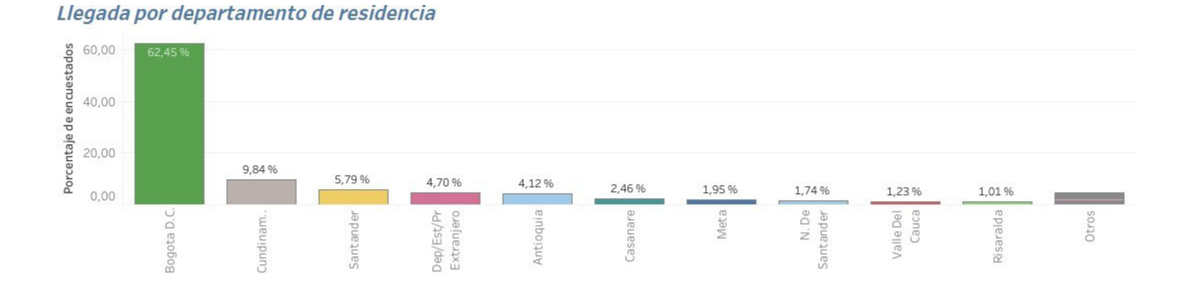
Figura 1. Visitantes no residentes en Colombia (2014-2018)

Fuente: MinCIT, "El turismo obtuvo resultados históricos en el 2018", 2019.

Ahora bien, en estas cifras Bogotá sigue siendo la ciudad donde llegaron más extranjeros no residentes, seguida de Cartagena, Medellín y Cali. El citado hecho es significativo porque Bogotá es la principal fuente emisora de turistas para Boyacá (zona de

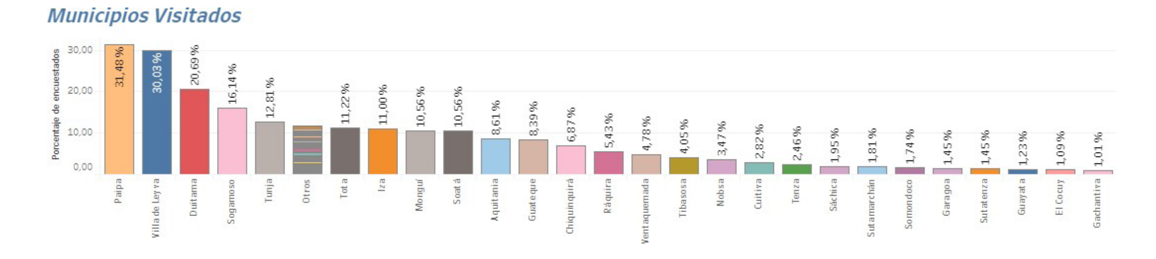
despliegue del proyecto) y los municipios que componen la Ruta Bochica (Ventaquemada, Tunja, Villa de Leyva, Sáchica y Sutamarchán) algunos de principal afluencia de turistas (nacionales y extranjeros). Este hecho se muestra en las cifras consolidadas de abril de 2019 del Sistema de Información Turística de Boyacá (Figura 2).

Figura 2. Llegada de turistas por departamento de residencia



Fuente: Sistema de Información Turística de Boyacá, "Turismo receptor", 2017.

Figura 3. Municipios visitados por turistas



Fuente: Sistema de Información Turística de Boyacá, "Turismo receptor", 2017.

Como se observa, las cifras dan cuenta objetiva de un gran potencial para el turismo gastronómico en Boyacá, y por ende, la necesidad de una actividad investigativa que pueda generar productos diversificados relacionados con lo gastronómico, en un marco que incentive la actividad, como se verá a continuación.

Políticas sobre el turismo y la gastronomía en Boyacá.

Las normas y políticas turísticas que rigen el turismo en el departamento de Boyacá están obligadas a cumplir los lineamientos que dicta la Ley General del Turismo. Allí el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país, en especial, de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y cumple una función social. En coherencia a esta, el actual "Plan de Desarrollo Departamental: Creemos en Boyacá tierra de paz y libertad (2016-2019)" se proyecta contribuir a la recuperación del equilibrio entre la oferta y la demanda de bienes y servicios ambientales; asimismo, se han dictado lineamientos de infraestructura de la planta turística, como también los parámetros a los que deben estar sujetos los servicios prestadores del turismo hoteles y restaurantes para poder desarrollar un turismo sostenible.

Dentro de las políticas del sector turístico que rigen en el departamento están las referidas al desarrollo turístico sostenible con el fin de potencializar el turismo en el departamento y poder incrementar los ingresos de sus pobladores; a través del turismo responsable dirigido a la protección del medio ambiente, el turista, y población en general, mediante el fortalecimiento de la gobernanza turística, de infraestructura, la capacitación y la consolidación del talento humano local disponible para el turismo.

Para que el plan de desarrollo turístico sea funcional debe recibir apoyo público, privado y mixto, por medio de la generación de nuevas políticas y ejecución de planes como resultado del fortalecimiento de la gobernanza turística y la conservación del patrimonio cultural. Estos factores también ayudarán a la consolidación de la competitividad del sector privado turístico local y, dentro de este, lo gastronómico. Estas políticas se llevan a la realidad en acciones diversas como el incentivo y la apropiación del patrimonio cultural de Boyacá. Además, por medio de la identidad y el desarrollo competitivo de su patrimonio, cuestión planteada para atraer a turistas nacionales y extranjeros.

Boyacá desarrolla esta política desde el cuidado y salvaguarda del patrimonio inmaterial del territorio; entendido como las prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos o técnicas que dan sentido de identidad a las comunidades, desde la entidad gubernamental. También se destina un presupuesto para el cuidado, mantenimiento y preservación de dicho patrimonio, a través de la organización de festivales, organizaciones artísticas (como lo son los cantos ancestrales hacia la naturaleza) y la trasferencia de conocimientos ancestrales para garantizar la sostenibilidad de esa diversidad cultural inmaterial, que incluye todas las manifestaciones gastronómicas y lo que de ellas derive.

Patrimonio cultural gastronómico en Boyacá. Riqueza y diversidad.

El departamento de Boyacá cuenta con 123 municipios. La oferta gastronómica va desde la cocina típica de zonas frías, hasta la cocina típica de los llanos. Cada municipio posee platos tradicionales; representan las culturas y sus tradiciones. Por consiguiente, la oferta gastronómica es amplia y cuenta con reconocidas preparaciones como los amasijos, la gallina y otros productos a nivel nacional.

Los principales cultivos del departamento son el maíz y la papa. Esto se ve reflejado en su gastronomía pues las preparaciones por excelencia son los amasijos de maíz y platos que incluyen al tubérculo como elemento principal. La gastronomía del altiplano cundiboyacense surgió de los pobladores indígenas muiscas y las tradiciones de los europeos, principalmente, raíces que sus preparaciones típicas aún conservan.

La gastronomía boyacense se ve reflejada en el siguiente mapa ideográfico:

Figura 4. Gastronomía boyacense

Fuente: Alcaldía de Boyacá, "Gastronomía y arte culinario", 2019.

Como se observa, hay mucho por conocer y explorar en el departamento de Boyacá. Estas son algunas de las funciones que pretende incentivar la investigación realizada y que se explicará en detalle en otros apartados de este capítulo.

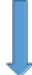
Contextualización y referentes de la actividad gastronómica-turística de la ruta Bochica.

Zurab Pololikashvili, habla que el turismo gastronómico "forma parte integrante de la vida local y está forjado por la historia, la cultura, la economía y la sociedad de un territorio" (p. 6). Por otro, la OMT en el libro *Guía para el desarrollo del Turismo Gastronómico* (2019) establece que el turismo gastronómico es:

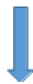
> Un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimenta durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina. El enoturismo (turismo del vino), es un subtipo del turismo gastronómico y se refiere al turismo cuyo propósito es visitar viñedos, bodegas, degustar, consumir y/o comprar vino, ya sea directamente o cerca del lugar donde se produce. (p.8)

La OMT aconseja que la generación de un producto turístico gastronómico, en su desarrollo metodológico, debe seguir el diseño y redacción de un plan estratégico de turismo gastronómico, es decir, toma las pautas de la metodología clásica y busca "incorporar mecanismos de participación de los agentes relacionados con la actividad" (OMT, 2019, p. 13). Ahora bien, el referido plan se concreta en las siguientes grandes fases:

Fase I: Análisis y diagnóstico de la situación de partida. Pertenece al llamado “diagnóstico estratégico”.



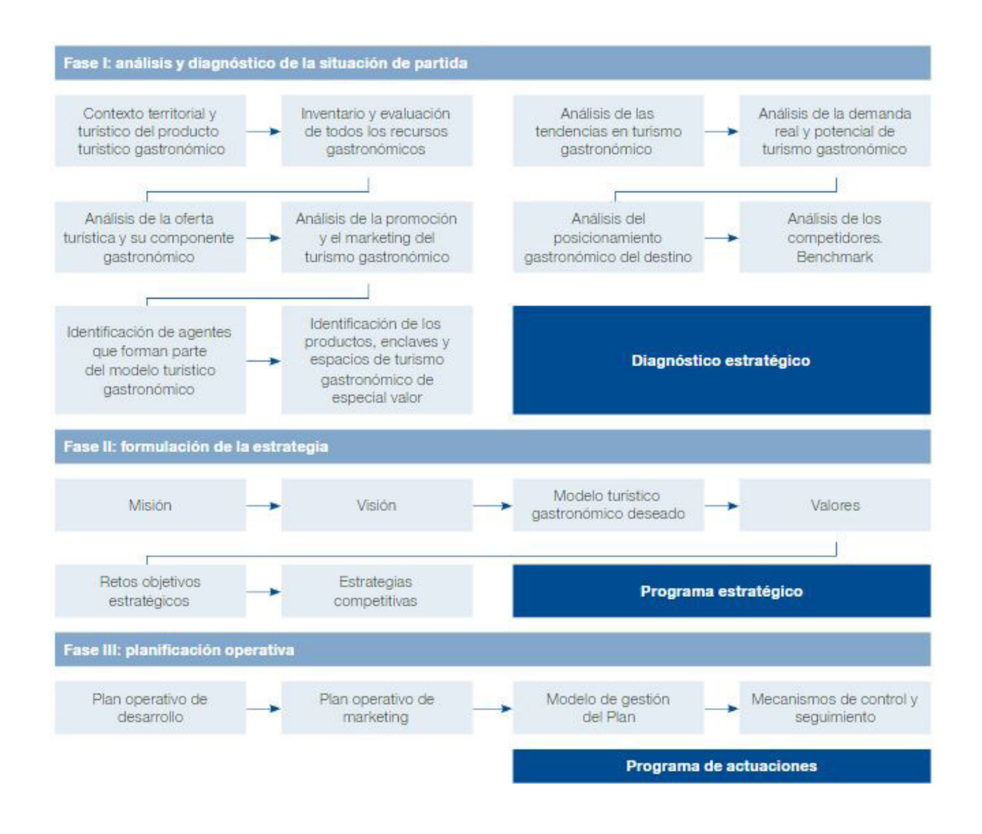
Fase II: Formulación de la estrategia. Corresponde al “programa estratégico”.



Fase III: Planificación operativa, se concreta en el “programa de actuaciones”.

A su vez, estas fases se despliegan mediante el cumplimiento de otras acciones, ilustradas en la Figura 5, a continuación:

Figura 5. Proceso metodológico para la elaboración de un plan estratégico de turismo gastronómico



Fuente: OMT y Basque Culinary Center, “Guía para el desarrollo del Turismo Gastronómico”, 2019.

Es aquí donde los trabajos y actividades desplegados en la salida de campo, realizada en Boyacá como parte de la labor investigativa; tienen en cuenta estas pautas metodológicas aconsejadas (las que atañen en lo inicial de la Fase I). Además, con algunos complementos, como el uso de los instrumentos de Intervención-Acción-Participación (IAP) y levantamientos de representaciones sociales del turismo); también variaciones como la visita preliminar de preparación de la salida. Estas hacen parte de la contribución de los investigadores al proceso; su finalidad principal está en la identificación de las potencialidades de los municipios propuestos para el diseño de una ruta turístico-gastronómica (en otra posterior etapa de la labor investigativa).

En este sentido, en la salida de campo se identificaron elementos relevantes del PCI de la zona de estudio, realizando el primer nivel de levantamiento de inventario. Según el documento de la convención y política de salvaguarda del PCI es el preliminar o de identificación que "da cuenta inicial de las manifestaciones de PCI existentes" (Ministerio de Cultura, 2011, p. 81). En otra etapa del proceso investigativo (que no hace parte de este informe) se desarrollarán el general detallado (estado de las manifestaciones) y el analítico, que describe el contexto social, ambiental, cultural y económico en el que se desenvuelven las manifestaciones y sus tendencias; además, podrían potenciar, afectar o hacer viable la salvaguardia.

En el referido documento de salvaguarda, la división entre el patrimonio material (bienes culturales) y el inmaterial (manifestaciones) no es clara; "en realidad se puede afirmar que se trata de un continuo. El patrimonio inmaterial está referido de manera principal al conocimiento, el lenguaje, la creatividad y la transmisión del pensamiento" (Ministerio de Cultura, 2011, p. 63). Por lo anterior, en este trabajo se buscó identificar el PCI asociado a los eventos de la vida cotidiana, es decir, las manifestaciones "que tienen por ámbito principal el hábitat humano, la alimentación, los roles de género, y como eje, el ciclo vital de las personas" (p. 67). Esto comprende el PCI "asociado a prácticas tradicionales de transformación, conservación, manejo y consumo de alimentos" (p. 67), entre otra información recabada.

Por otro, en 2010 se realizó el levantamiento básico de información e inventarios turísticos bajo la metodología planteada por el MinCIT de Colombia, mediante el uso de sus fichas de inventario y su metodología. Esta labor se origina en la necesidad de dar bases objetivas a la implementación de una ruta turística y gastronómica que involucre a los municipios visitados. Como lo explica el "Estudio sobre la gastronomía colombiana a nivel nacional e internacional" (2017) del MinCIT, buscan la "conexión del viajero con las cocinas locales, un turismo vivencial en el cual la persona se sumerge en el contexto para ser parte de este y poder entenderlo" (p. 64).

Así, determinado el potencial de desarrollo de una ruta turístico-gastronómica, objeto principal de la labor de la salida de campo, se puede pensar en la ruta como un elemento de diversificación económica y socio-cultural con diversos significados:

> (*la ruta turístico-gastronómica*) no solo debe pensarse en la recepción de turistas, también y sobre todo debe pensarse como estrategia sociocultural que permita la re-significación y la innovación sociocultural de nuestra gastronomía, como una responsabilidad social de apropiación de ese patrimonio para volver a hacerlo, posiblemente con otras presentaciones, porciones, otras estrategias, con alta calidad en la elaboración, como un reto ya que está relacionado no solo con el conocimiento, técnicas y fórmulas de hacer la cocina tradicional, sino también con nuevas formas y maneras de presentarla y hacerla. (p. 64)

Existe un hecho crucial que se busca y es el desarrollo del turismo (que implica lo gastronómico); se presenta como un sector que coadyuva en el desarrollo y mejora económica de una población. Sin embargo, estos procesos, como lo estudió Burgos (2015), también tienen sus consecuencias y se puede prever que:

> Los impactos que se presentan, por su crecimiento de una manera indiscriminada y sin un control adecuado pueden ser desfavorables para determinados sectores de la población, especialmente la más desfavorecida; además, puede causar deterioro a los recursos naturales y culturales que posee. (p. 197)

Esto motiva la necesidad de hacer un proceso planificado de desarrollo. Comienza en esta primera etapa de determinación de potencialidades, en lo que la OMT (2019) llama el "diagnóstico estratégico" (presentado con antelación). Este obliga al cumplimiento de unos pasos previos al diseño del producto turístico-gastronómico.

La ruta Bochica. ¿Qué es? ¿Qué busca?

En los resultados de la investigación lo que se persigue es dar base objetiva de análisis del potencial turístico-gastronómico de la zona de estudio, como paso inicial y lógico para así dar origen en un posterior proceso investigativo, a la propuesta de generación de un modelo de turismo gastronómico sostenible y su producto turístico para la región Andina colombiana (subregión cundiboyacense) de los municipios ya citados. Como se dijo, esta labor pasa por un diagnóstico inicial de potencialidades

de los municipios frente a lo turístico-gastronómico mediante un trabajo de campo *in situ* (levantamiento de inventarios principalmente); en complemento con el uso de diversas herramientas de planificación turística y de estrategias investigativas de IAP que permitieron el registro de las representaciones sociales de las comunidades locales frente a los procesos turísticos y gastronómicos.

Aquí se hace perentorio acotar que respecto al proceso de apoyo directo a las diversas labores desarrolladas en el proyecto (tales como los barridos bibliográficos y de referentes, preparación y apoyo en las salidas de campo, desarrollo de entrevistas); se ha contado con la esencial e importante colaboración de ocho (8) estudiantes en la modalidad de "Ayudantía de Investigación". Esta es una estrategia institucional de formación investigativa, del programa de gastronomía de la Fundación Universitaria San Mateo (FUSM). Lo estudiantes son relacionados, a continuación:

Periodo agosto-diciembre 2018:

- Hayber Yesid Buritica Duarte.
- Daniela Garzón.
- David Arturo Acuna Bastidas.
- Mayearla Mateus Puentes (Ciclo Tecnológico).

Periodo febrero-junio 2019:

- Jhonathan Stevens González Cañón (Ciclo Técnico Profesional).
- Cristian Jarvey García Urrego (Ciclo Tecnológico).
- Kelly Yojhana Novoa Vega.
- Leidy Paola Giraldo Vargas (Ciclo Profesional).

Ahora bien, retomando el tema de los antecedentes del proceso investigativo, y teniendo en cuenta que en una etapa posterior (que no hace parte de este trabajo), se buscará la confección de un producto turístico real (ruta gastronómica). A su vez, la ruta podrá estar compuesta por tours, anillos y recorridos turísticos en el eje vial que pasa por los municipios de Ventaquemada, Tunja (vereda de Runta especialmente), Sáchica, Villa de Leyva y Sutamarchán. Así, es pertinente detallar las etapas de la labor investigativa realizada:

a) Barrido, consulta, sistematización y análisis de lo referido a conceptos y modelos de productos turístico gastronómicos (de la OMT y de países como México, Chile; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, consulta de especialistas o personas relacionadas con el tema entre otros) y de IAP.

b) Preparación del diagnóstico gastronómico-turístico y del equipo de trabajo (ayudantes de investigación), sus herramientas (diarios de campo, fichas de inventarios, modelos de entrevistas y organización del modelo de talleres) y dinámicas de consecución de información en los municipios que hacen parte de la ruta y conllevó a una labor de petición de colaboración, concertación y contacto directo inicial con agentes sociales (alcaldes, secretarios de turismo o similar, empresarios del sector turístico y gastronómico y líderes sociales del área), en los municipios objeto del proyecto (Ventaquemada, Tunja -vereda de Runta especialmente-, Sáchica, Villa de Leyva y Sutamarchán).

c) Trabajo de campo en los municipios que componen la ruta Bochica, lo que llevó al recorrido y reconocimiento objetivo de las potencialidades mediante el uso de instrumentos como:

- Diarios de campo: como instrumentos que permiten el registro de una observación directa (incluso, subjetiva si se quiere). Fueron utilizados por los ayudantes de investigación para hacer el registro de aquellos factores que pueden originar interpretaciones sobre el lugar, su gente, sus costumbres y los medios de transporte. (Véase Apéndice A. Diario de Campo).

- Fichas de levantamiento de inventarios: otro instrumento tomado de la metodología propuesta por el Viceministerio de Turismo y normalizado por este mismo ente (Véase Anexo A. Fichas levantamiento de inventarios).

- Registro audiovisual (fotografía y video): compilado y editado dio lugar a un video de la actividad (Véase Apéndice B. Video Salida de Campo II).

Por otro lado, la dinámica para la consecución de información de las "representaciones sociales" fue hecha de diversa manera según fuese la situación al momento del despliegue de la salida. Bien a través de entrevistas (como fue el caso de Ventaquemada), o la realización de talleres (por ejemplo, Sutamarchán) o el uso de las dos (2) dinámicas (Villa de Leyva).

d) Paso seguido se compiló, ordenó, clasifico y analizó la información obtenida en la salida de campo; con este material se realizó un informe que en detalle será explicado en un aparte específico de este escrito.

Es importante recalcar que el trabajo da continuidad a la investigación sobre la recuperación del patrimonio cultural intangible, donde la gastronomía es elemento esencial de la misma y elemento esencial y diferenciador del producto turístico en consolidación.

También se hace preciso explicar la razón por la que se denomina “Ruta Bochica” al producto que se está estructurando. Es así, debido a que existen orígenes antiquísimos y comunes de costumbres gastronómicas en la zona de estudio como parte de la Federación Muisca, que precedió a la llegada de los españoles en 1492. En su cosmogonía, se presenta a Bochica como un personaje civilizador, incluso como un dios, del que nadie supo su origen sino sus obras y los beneficios que trajeron al pueblo con la enseñanza de muchos cultivos, el uso del telar y de variados principios morales y éticos. Es por ello que de él toma nombre la ruta, por los aportes y beneficios que esta pueda generar (sobre todo en lo local) de manera directa.

Referencias bibliográficas

Alcaldía de Boyacá. (2019). Geografía Cultural de Boyacá. *Alcaldía de Boyacá*. Recuperado de: http://www.boyacacultural.com/index.php?option=com_content&view=article&id=44&Itemid=45

Araya, S. (2002). *Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión*. San José, Costa Rica: Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO).

Burgos, R. (2015). El turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local. Caso localidades de Ciudad Bolívar y Usme zona rural de Bogotá. *Revista HALLAZGOS*, (26), pp. 193-214.

Dutournier, A. (2012) Toque y toque (la Verdad), Editions Gascorne, Colección la Verdad, ISBN-10: 2366660049

Llano, F. (2017). Gastronomía, turismo y potencialidades territoriales: el plato minero y la salazón, bases para el turismo alimentario en Nemocón. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 26(2), pp. 295- 306. Doi: 10.15446/rcdg.v26n2.59280.

MinCIT. (2010). *Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos*. Bogotá: MINCIT.

MinCIT. (2017). Estudio sobre la gastronomía colombiana a nivel nacional e internacional y evaluar la gastronomía regional de la Guajira como producto para potenciar turismo. Informe final. Bogotá: MinCIT.

MinCIT. (2019). El turismo obtuvo resultados históricos en el 2018. *MinCIT*. Recuperado de: http://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/el-turismo-obtuvo-resultados-historicos-en-2018

Ministerio de Cultura. (2011). *Convención y Política de Salvaguarda PCI*. Bogotá: Editorial Nomos S.A.

Montesinos, A. (2016). Turismo Gastronómico Sostenible. Ciudad de México: CEGAHO.

OMT y Basque Culinary Center. (2019). *Guía para el desarrollo del Turismo Gastronómico*. Madrid: OMT.

Sistema de Información Turístico de Boyacá. (2019). Turismo en Boyacá. *Situr*. Recuperado de: https://situr.boyaca.gov.co/

Sistema de Información Turística de Boyacá. (2017). Turismo receptor. *Situr*. Recuperado de: https://situr.boyaca.gov.co/estadisticas/turismo-receptor/

UNWTO. (2019). Resultados del turismo internacional 2018 y perspectivas 2019. *UNWTO*. Recuperado de: https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/51590/unwto_barometer_jan19_presentation_sp.pdf

Capítulo 4

Descripción de la preparación y el trabajo de campo de la ruta Bochica

Félix Eduardo Rodríguez Medina [1]
Elizabeth Araque Elaica [2]

[1] Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras (especialista en Desarrollo Turístico), Docente Investigador. Correo electrónico: ferodriguez@sanmateo.edu.co.
[2] Magister en Dirección de Marketing, Especialista en Gerencia, Administradora Turística y Hotelera, Decana de Ciencias Sociales y Administrativas Fundación Universitaria San Mateo. Correo electrónico: decanatura.administrativas@sanmateo.edu.co.

"Creo que la experiencia consiste en dar siempre un
paso más allá de lo que en ese momento tú crees que es lo mejor"
Pedro Subijana

Resumen

Dentro de la indagación realizada de la Ruta Bochica fue importante su construcción y socialización con las comunidades del corredor turístico los municipios de Ventaquemada, Tunja, Sotáquira, Villa de Leyva y Sutamarchán. El presente capitulo busca describir el trabajo de campo realizado y la conformación de las mesas de trabajo, para el desarrollo de talleres prácticos que permitiera el diseño de la ruta turística

Palabras clave: Turismo gastronómico sostenible; innovación empresarial; innovación en tradiciones culinarias; ruta de turismo gastronómico sostenible.

Trabajo de campo con las comunidades

Como se explicó en un antecedente de la actividad investigativa, primero se trabajó sobre la recuperación y registró de un "plato o preparación", pero en la actividad de trabajo de campo en Boyacá surgieron otras inquietudes dado el potencial turístico gastronómico de las zonas recorridas.

De este proceso deriva la idea del diagnóstico de potencialidades para la generación de una ruta turística-gastronómica sostenible. Pasó inicialmente por un diagnóstico de potencialidades de la zona objeto del proceso investigativo por los municipios de Ventaquemada, Tunja (especialmente la vereda de Runta), Villa de Leyva, Sutamarchán y Sáchica. Se buscó identificar también el potencial sociocultural relacionado con lo gastronómico y así afianzar un estudio de la riqueza cultural y gastronómica de la zona, y ayudar en la preservación del patrimonio cultura intangible (sobre todo el local y regional) que identifica a su gente.

En este orden de ideas, la salida de campo realizada el 23 y 24 de mayo del 2019 a Boyacá buscó identificar argumentos objetivos encaminados a diagnosticar el potencial de los municipios que componen la ruta. Además, incluyó los inventarios preliminares (o de identificación de las manifestaciones de PCI existentes) según el documento de Convención y Política de Salvaguarda del PCI del Ministerio de Cultura de Colombia (2011). Luego se espera posicionar la categoría referida al turismo gastronómico sostenible, en la etapa siguiente de la investigación.

Por lo anterior, el objetivo general de la salida de campo fue realizar el diagnóstico inicial de potencialidades turístico-gastronómicas de los municipios de Ventaquemada, Tunja (especialmente la vereda de Runta), Villa de Leyva, Sutamarchán y Sáchica (especialmente sus centros históricos). Esto, a través de una salida de campo que incluyó el levantamiento de inventarios turísticos básicos, ruta y además los inventarios preliminares o de identificación de PCI, a la par del uso de instrumentos cualitativos de la metodología de Intervención-Acción-Participación (IAP), talleres con la participación activa de las comunidades y entrevistas semiestructuradas.

Para lograr el cometido expresado, se plantearon los objetivos específicos, que se presentan a continuación:

- Desarrollar el proceso de consulta de información de los municipios de la ruta a visitar, lo que incluyó datos históricos, localización de establecimientos gastronómicos, mapas de los lugares y datos turísticos (festividades, características productos gastronómicos).

- Generar y socializar la metodología IAP y de levantamiento de inventarios turísticos (estos bajo metodología del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de Colombia) con los ayudantes de investigación, en dos (2) sesiones y la confección de sus instrumentos principales de recolección de datos: diarios de campo, registro audiovisual de salida (un taller de inducción), fichas de inventarios turísticos.

- Realizar el reconocimiento histórico y del potencial turístico gastronómico de los municipios involucrados en la posible ruta mediante visita *in situ*, para así determinar su viabilidad y la determinación objetiva del potencial. Lo anterior, mediante el despliegue de las actividades de levantamiento de inventarios turísticos básicos; además, se incluyen los inventarios preliminares o de identificación, talleres de IAP y entrevistas (en dependencia a posibilidades por municipio), desarrollando también los diarios de campo y registros audio-visuales de las visitas.

- Organizar un informe sistematizado de la salida (con el análisis y conclusiones de la misma), así como el registro audiovisual reflejado entre otros productos en la edición de un video.

En este sentido, se pasará a explicar la actividad de diagnóstico propiamente dicha, así como sus labores de preparación y conclusiones.

Actividad, preparación y despliegue de la salida de campo.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos previstos se realizaron diferentes actividades y acciones que corresponden a un modelo propio creado por los investigadores del proceso. Los pasos incluidos son descritos a continuación:

Inicialmente se realizó una capacitación dirigida por el docente-investigador. Allí se formularon las acciones operativas durante los recorridos y otras actividades académicas. A la par se efectuaron consultas de referentes teóricos y entrevistas con investigadores y profesionales relacionados con el tema de la recuperación del PCI gastronómico colombiano para ayudar a la consolidación de la base teórica del proyecto.

Acto seguido, se desarrolló la etapa de alistamiento de la salida de campo a Boyacá, municipios de Ventaquemada, Villa de Leyva, Sutamarchán, Sáchica, a través de la preparación, creación o adaptación de las fichas de inventarios, diarios de campo y su dinámica de despliegue en cada uno de los municipios del recorrido; a la par del cumplimiento de procesos administrativos propios de la institución, así como una visita de contacto inicial de acercamiento y solicitud de colaboración de las autoridades locales (incluyendo los comandantes de la Policía Nacional) de cada municipio del recorrido. Este último trabajo se realizó ocho (8) días antes de la salida de campo y fue esencial para la planeación del desarrollo operativo de la misma.

A partir de ese punto se desplegó la salida de campo a los ya citados municipios de Boyacá; se ejecutaron diferentes actividades académicas, operativas y administrativas tales como:

- En cada uno de los municipios se realizó un recorrido para evidenciar los sitios turísticos y anexarlos a la plantilla de “inventarios turísticos”.

- En algunos municipios se pudieron hacer entrevistas personales, de las cuales se consolidó un registro fotográfico, audiovisual o físico, según la situación lo permitiese.

- Se efectuaron talleres para la determinación de las “representaciones sociales” del turismo en los municipios de Villa de Leyva y Sutamarchán.

- Se diligenciaron los formatos de "Diario de campo" en los cuales se especificaron detalles como la hora en que se realizó la actividad, la percepción subjetiva de estructura de lugares turísticos y de los municipios, así como los análisis críticos y consideraciones interpretativas de los mismos.

En este sentido, se compiló, analizó, organizó y digitalizó la información encontrada en los diferentes municipios como:

- Inventarios turísticos con evidencia fotográfica.

- Diarios de campo.

- Entrevistas semiestructuradas.

- Encuestas.

Por último, se dio forma a la presentación de la información final, así como a las conclusiones y recomendaciones que se brindan en este informe.

Contextualización de la ruta Bochica. Sus municipios.

Con la finalidad de conocer un poco más los municipios objeto de estudio, se presentará a continuación una semblanza general de ellos (Ventaquemada, Tunja, Villa de Leyva, Sáchica y Sutamarchán) para ubicarles geográficamente en el país y el departamento de Boyacá. Así, saber de manera básica algunas de características (históricas, atractivos turísticos, entre otros asuntos).

Valga aclarar que la propuesta inicial de la ruta Bochica es partir de Bogotá, saliendo por la Autopista del Norte con rumbo a Ventaquemada, pasando por Tunja, luego a Sáchica, Sutamarchán y Villa de Leyva para regresar a Bogotá vía Puente de Boyacá. Una ventaja competitiva que posee el recorrido es la posibilidad de acceso al mismo saliendo de Bogotá, tomando la Autopista Norte, pero tomando rumbo a Ubaté, pasando por Chiquinquirá, luego a Sutamarchán, Sáchica, Villa de Leyva tomando la vía a Tunja y de allí a Ventaquemada para retornar a Bogotá. El recorrido se muestra en el siguiente mapa, ubicando inicialmente el departamento de Boyacá:

Figura 6. Ubicación del departamento de Boyacá en Colombia.



Fuente: Toda Colombia, "Departamentos de Colombia", s.f.

Figura 7. Recorrido general de la ruta Bochica



Fuente: Zebratrip, "¿Cómo llegar a Villa de Leyva?, s.f.

Ahora se pasará a una descripción básica de los municipios que componen la ruta Bochica.

Municipio de Ventaquemada

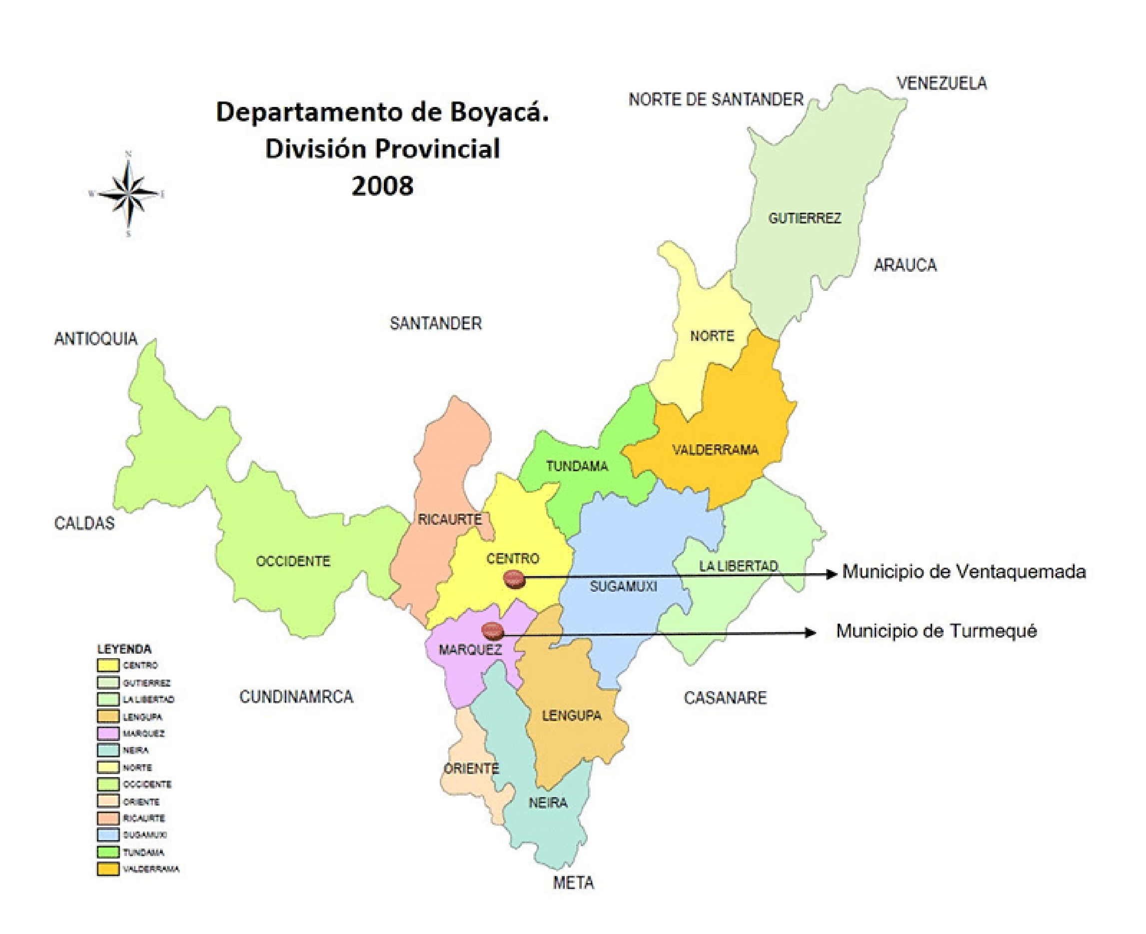
Fundado el 17 de diciembre de 1777 por el virrey Manuel Antonio Flórez; tiene una población de aproximadamente 11.600 habitantes en el censo realizado en el 2017 por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). El municipio es atravesado de Sur a Norte por la Cordillera Oriental, por tanto, en mayor parte su topografía es un relieve ondulado.

El nombre de Ventaquemada proviene de un acontecimiento histórico cuando la población era una comarca comercial en el siglo XVIII denominada “La Venta”. Por rivalidades entre sus habitantes originó un incendio amplio de la misma y de allí proviene tan peculiar nombre. Valga anotar que Ventaquemada es uno (1) de los municipios más prósperos de la región dado su alto crecimiento por ser “la puerta” a Boyacá, o bien, a Cundinamarca si se toma a la inversa, por la presencia de la doble calzada. Es un lugar de fácil acceso desde Bogotá o Tunja; tiene influencia directa con la actividad económica, de transporte y turística que esta origina.

Este municipio desde la época de la Colonia ha sido un punto de comercio clave. Como se mencionó, fue denominado “La Venta” por las diversas transacciones de compraventa realizadas en este lugar; se encontraba en el Camino Real entre Tunja y Santafé de Bogotá.

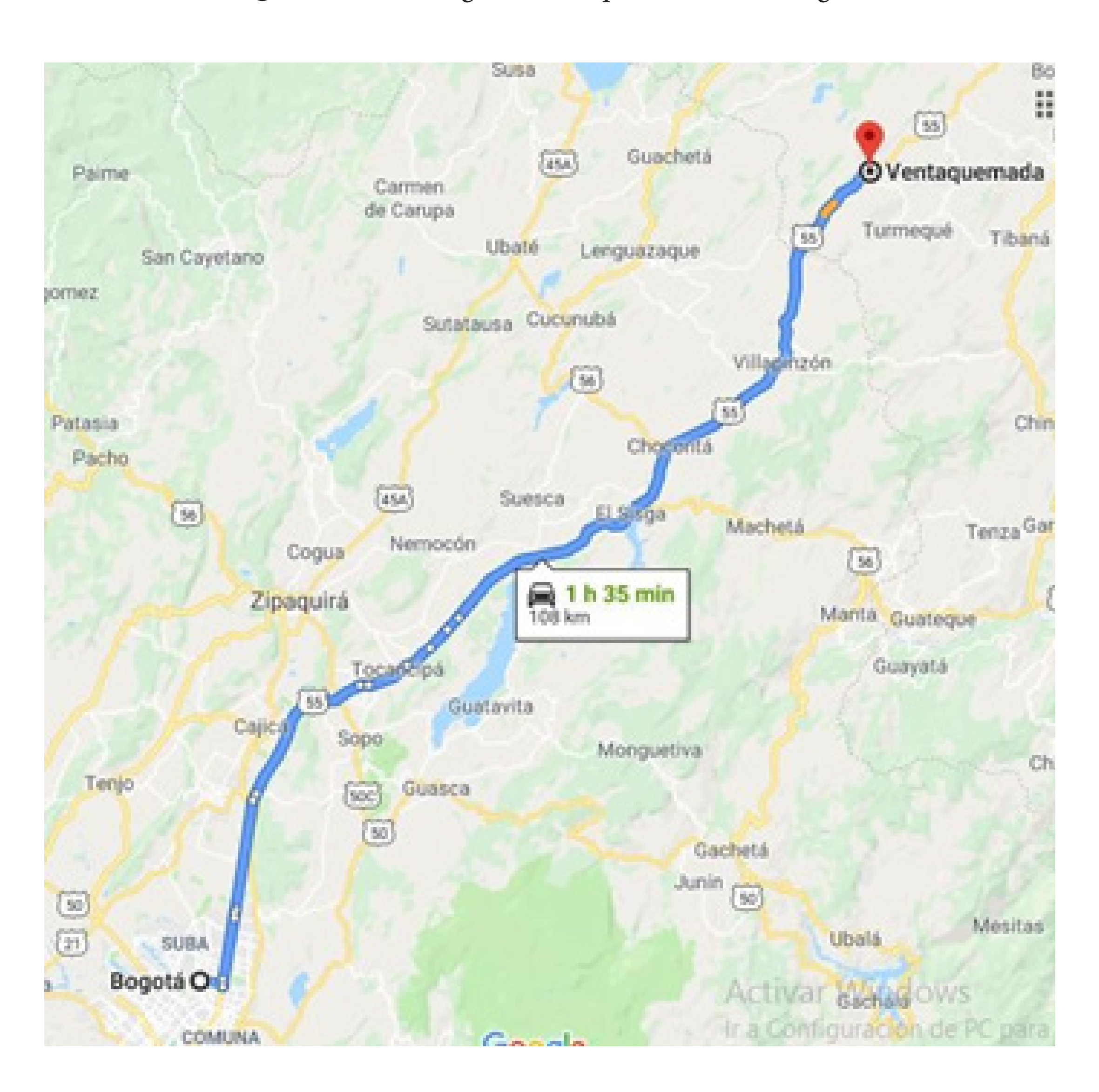
El municipio de Ventaquemada está ubicado a 98 km de Bogotá y a 31 km de Tunja. En el norte limita con los municipios de Samacá y Tunja. En el Sur con Turmequé y Villapinzón. Al Oriente con los municipios de Jenesano, Boyacá y Nuevo Colón y al Occidente con Guachetá y Lenguazaque.

Figura 8. Ubicación de Ventaquemada en el departamento de Boyacá



Fuente: Gobernación de Boyacá, "Departamento de Boyacá", 2008.

Figura 9. Cómo llegar a Ventaquemada desde Bogotá



Fuente: Imagen satelital a partir de GoogleMaps, s.f.

Atractivos turísticos.

1. Casa del Cuartel del General del Ejército Libertador.

2. Coliseo municipal Joaquín Forero Muñoz.

3. Templo Parroquial.

4. Cementerio municipal.

5. Parque Nacional Puente de Boyacá.

Atractivos naturales.

1. La Chorrera.

2. Laguna Verde.

3. Páramo Rabanal.

4. Represa de Teatinos.

5. Agua Caliente.

6. Alto de la Virgen.

7. Bosque Andino.

8. Piedra la Guala.

9. Cuevas Sairias.

10. Tres Cascadas.

11. Tumbas de los Gigantes.

Municipio de Tunja

Tunja es un municipio de Colombia capital del departamento de Boyacá. Su creación data desde antes del periodo Colonial siendo Hunza (nombre del cacique reinante) el nombre muisca de la ciudad. En 1539, se fundó la cuidad bajo el permiso de la corona española que según el DANE (2017) cuenta con una población de 195.500 habitantes.

El capitán Gonzalo Suárez Rendón, con un grupo de españoles, ejecutó la fundación hispánica de Tunja el 6 de agosto de 1539. Etimológicamente, Tunja significa de la lengua muisca “varón poderoso”. La cuidad fue construida sobre los monumentos y las bases urbanas de la antigua ciudad de Hunza y se decidió el día de la fundación de Tunja como forma de celebración por el primer aniversario de la cuidad de Santafé de Bogotá.

Tunja es considerada como la capital más alta de Colombia. Sus alturas van desde los 2700 metros sobre el nivel del mar (msnm) hasta 3150 msnm en su parte más elevada. La ciudad limita al Norte con Motavita, Cómbita, Oicatá, Chivatá y Soracá. Por el Sur con Boyacá, Ventaquemada y Samacá y por el Occidente con Samacá, Sara y Cucaita.

Figura 10. Mapa del municipio de Tunja, Boyacá

Fuente: Tuja destino imperdible, “Localización del municipio de Tunja en el país”, 2013.

Atractivos turísticos.

1. Plaza Bolívar.
2. Catedral Basílica Metropolitana Santiago de Tunja.
3. Casa Museo Don Juan de Vargas.
4. Iglesia de nuestra señora del Milagro del Topo.
5. Templo de Santo Domingo.
6. Casa del Fundador Gonzalo Suarez Rendón.
7. Capilla y museo de Santa Clara la Real.
8. Iglesia San Agustín.
9. Palacio de la Torre.
10. Paredón de los Mártires.
11. Estadio la Independencia.
12. Iglesia San Francisco.
13. Iglesia San Ignacio.
14. Cojines del Zaque.
15. Pila del Mono.

Atractivos naturales.

1. Pozo de Donato o Pozo de Hunzahua.
2. Reserva Rogitima.
3. Reserva forestal el Malmo.
4. Reserva natural sociedad civil- La Cabaña.

Festividades.

1. Semana Mayor de Tunja.

2. Festival Internacional de la cultura de Boyacá.

3. Aguinaldo Boyacense.

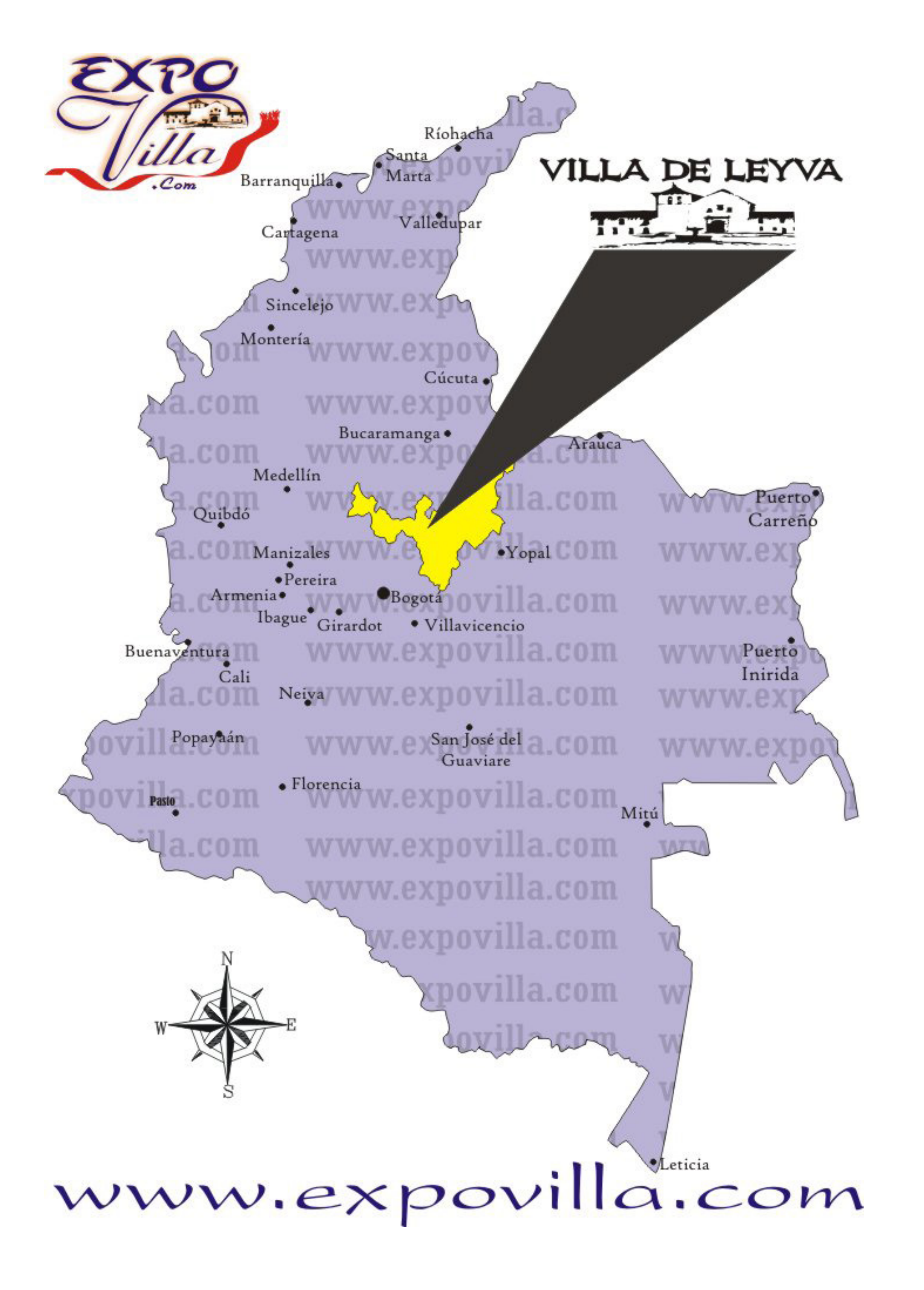
Municipio Villa de Leyva

El municipio fue fundado el 12 de junio de 1572 bajo el nombre de Villa de Nuestra Señora Santa María de Leyva. Tiene una arquitectura estilo colonial, por esta y otras características históricas y naturales, fue reconocida en 1954 como "Monumento Nacional". Según el DANE (2017) su población es de 16.478 habitantes.

El principal objetivo de su emplazamiento y creación fue el desarrollar una alternativa de trabajo agrícola para los soldados y nuevos habitantes que luego del proceso de colonización de Vélez y Tunja estaban sin empleo o actividad productiva. Villa de Leyva limita al Norte con Arcabuco y Gachantivá, al Oriente por Chiquiza, al Sur por Sáchica y al Occidente con Santa Sofía y Sutamarchán.

Villa de Leyva es el primer destino turístico del interior del país y uno (1) de los principales de llegada de visitantes de origen extranjero. Cuenta con una relativa cercanía a Bogotá, esto le suma una ventaja competitiva al lugar. Es un referente para Colombia, primero, por haber sido uno (1) de los sitios religiosos más importantes para la comunidad Chibcha antes de la llegada de los españoles. Además, por albergar el Primer Congreso de las Provincias Unidas de la Nueva Granada (4 de octubre de 1812), evento en el cual se promulgaron las primeras leyes de lo que después sería la naciente República de Colombia.

Figura 11. Localización de Villa de Leyva en Colombia



Fuente: Expovilla, "Mapa Villa de Leyva", s.f. disponible en Internet http://www.expovilla.com/mapas

Atractivos turísticos.

1. Plaza mayor.

2. Museo Paleontológico de Villa de Leyva.

3. Claustro de San Francisco.

4. Casa Terracota.

5. Mirador el Santo.

6. Casa de Vargas Vila.

7. Casa del Cabildo.

8. Museo del Carmen.

9. El Infiernito.

10. Pinturas rupestres.

11. Casa del General Gustavo Rojas Pinilla.

12. Museo el Fósil.

13. Parque Gondava.

Atractivos naturales.

1. Pozos azules.

2. Desierto de Villa de Leyva.

3. El hayal.

4. Cascada de la Periquera.

5. Cueva de la Fábrica.

Festividades.

1. Ferias y fiestas en honor a la virgen del Carmen de Villa de Leyva.

2. Semana Santa.

3. Festival del viento y las cometas.

4. Festival nacional del árbol.

5. Festival del caballo.

6. Festival de las luces.

7. Fiesta de fin de año.

Actos culturales.

1. Festival internacional del jazz.

2. Fiesta de la poesía.

3. Festival internacional de cine independiente de Villa de Leyva.

4. Festival astronómico.

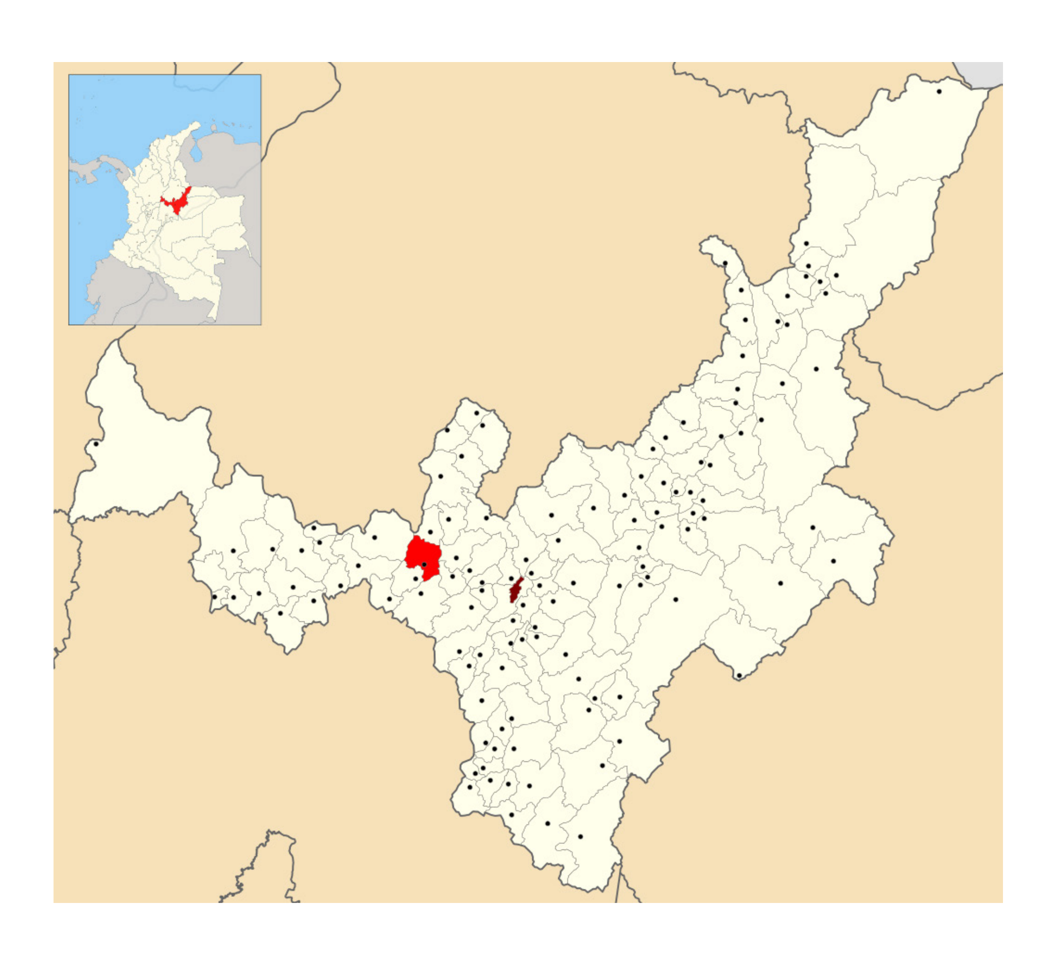
5. Festival gastronómico.

Municipio de Sutamarchán

El lugar fue fundado el 14 de diciembre de 1556 por Don Antonio Santana. Etimológicamente, Sutamarchán está conformada por dos palabras indígena española "Suta", que significa soberano en lengua chibcha, y "Marchan" en homenaje y reconocimiento al Capitán español Pedro Merchán de Velasco como Comendador del lugar. Bajo el censo realizado por parte del DANE en el 2015 se indica que en el municipio habitan 5.916 personas.

Sutamarchán limita por el Norte con el municipio de Santa Sofía, por el Sur con los municipios de Tinjacá y Ráquira; por el Oriente con los Municipios de Villa de Leiva y Sáchica y por el Occidente con el municipio de Saboya.

Figura 12. Ubicación de Sutamarchán



Fuente: Wikipedia, "Boyacá, Sutamarchán", s.f. Disponible en https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Colombia_-_Boyaca_-_Sutamarchan.svg

Atractivos turísticos.

1. Convento de Santo Eccehomo.

2. Capellanía.

3. Loma de yuca.

4. Viñedo AIM KARIM.

5. Santuario Nuestra Señora de la Salud.

6. Cementerio.

Atractivos naturales.

1. Laguna brava.

2. Salto del ermitaño.

3. La Tripona.

4. Los Tablones.

Festividades.

1. La Tomatina.

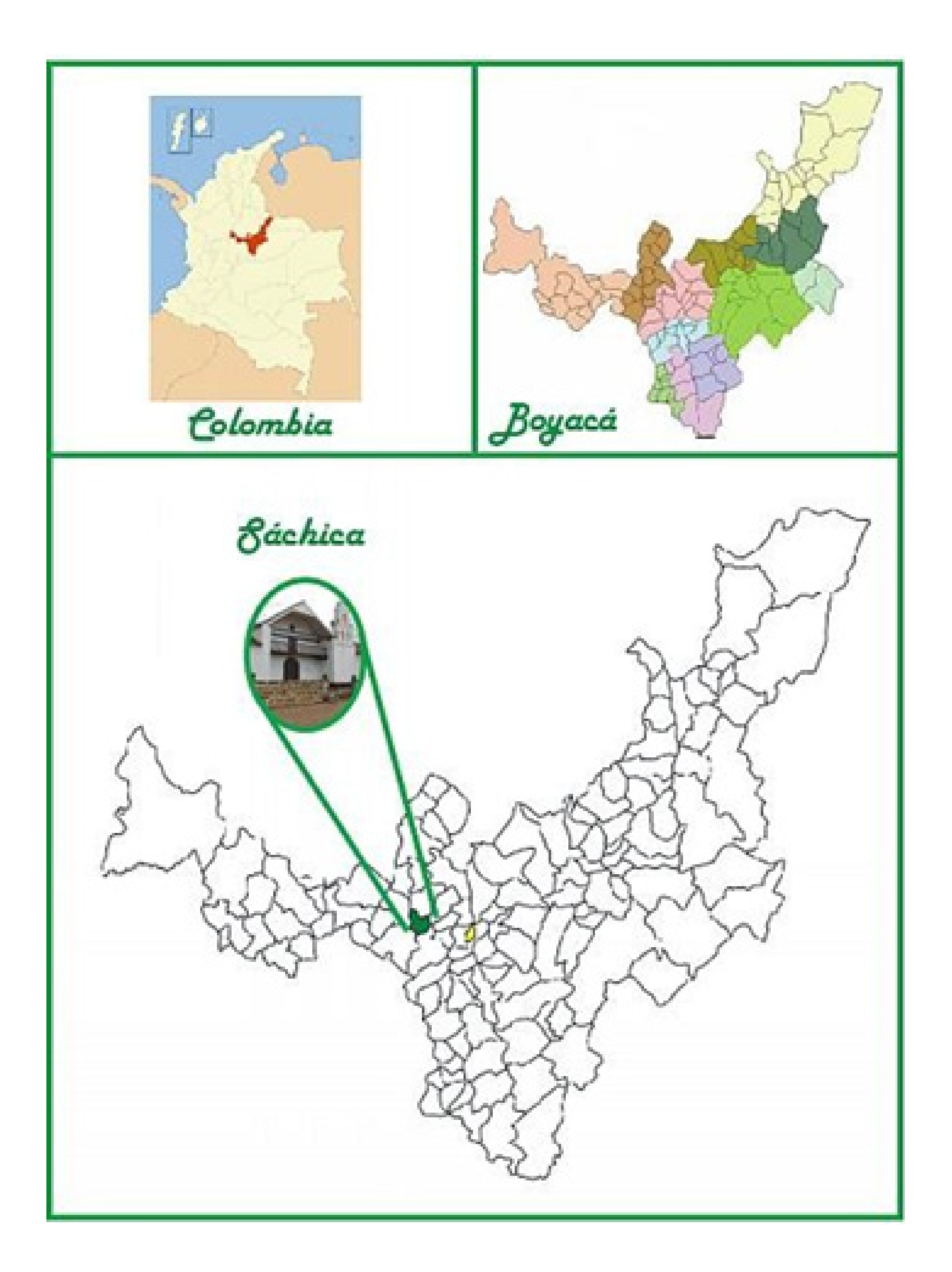
2. Fiestas patronales.

Municipio de Sáchica

Fue fundado oficialmente el 16 de julio de 1556. El último censo realizado en el 2015 por parte del DANE indica que en el municipio habitan 3.791 personas. El municipio de Sáchica limita con Sutamarchán y Villa de Leyva al Norte; al Sur, con Samacá y Raquirá, al Occidente con Ráquira y Sutamarchán y al Oriente con Chiquiza. Posee una extensión total de 61 km2 y se encuentra a una altura de 2150 msnm, con una temperatura media de 16.2 grados centígrados.

Antes de la conquista española ya estaba poblada la zona. Fue dirigido por un Cacique que tributaba al Zaque de Hunza (Tunja). En lengua chibcha "Sáchica" significa "Fortaleza del Soberano Chibcha". Dada su resistencia a la llegada de los conquistadores españoles, los indígenas que habitaban esta zona fueron castigados y diezmados durante el proceso colonizador.

Figura 13. Ubicación de Sáchica



Fuente: Boyacá cultural, "Sáchica", 2019.

Atractivos turísticos.

1. Casa de la cultura.

2. Cruz atrial.

3. Parroquia San Lorenzo de Sáchica.

4. Cementerio municipal.

5. Alegoría a la cebolla.

6. Parque temático de Gondava.

7. Escultura alegoría a la luna.

8. Templo doctrinero.

Atractivos naturales.

1. Pozo termal.

2. Paso del ángel.

3. Yacimiento rupestre.

Festividades.

1. Fiestas de la virgen del Carmen Junio.

2. Festival de desiertos del 16 al 19 de agosto.

3. Fiestas patronales del 11 al 14 de octubre.

4. Fiestas del Divino niño diciembre.

5. Fiestas del campesino octubre.

6. Reinado de la cebolla.

Desarrollo de inventarios turísticos básicos de la ruta

Durante los días 23 y 24 de mayo de 2019 el grupo compuesto por el docente-investigador principal (Félix Rodríguez) y dos (2) de los ayudantes de investigación del programa de gastronomía de la Fundación Universitaria San Mateo realizaron las visitas a los municipios de Ventaquemada, Villa de Leyva, Sutamarchán y Sáchica con la finalidad de realizar el levantamiento básico de inventarios turísticos. Como se mencionó, incluyó el inventario preliminar o de identificación de las manifestaciones de PCI existentes y, a la par, se efectuaron los talleres de "Representaciones Sociales" del turismo y/o las entrevistas semiestructuradas según fuese la condición presentada el día de despliegue de la labor.

Además, se buscó la consulta e intervención activa de la comunidad local. Estos esfuerzos se dinamizaron y coordinaron con antelación (hasta donde fue posible) mediante el apoyo de las autoridades locales municipales relacionadas con la actividad turística. Estas acciones buscaron la participación actividad de la comunidad para aportar información sobre su municipio y así poder contar con datos de primera mano sobre la disposición de esta. De esta manera, dar base al estudio de viabilidad y creación de una ruta turístico-gastronómica (como parte de la tercera etapa del proceso), teniendo en cuanta el diagnóstico de potencialidades realizado. Así, dentro de los instrumentos de los que se hicieron uso están las fichas para la elaboración de los inventarios turísticos propuestos por el MinCIT, a continuación (Tabla 2).

Tabla 2. Ficha para la elaboración de inventarios turísticos

FORMULARIO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS		
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL		
Patrimonio Cultural Material		
1. Generalidades		
1.1. Nombre		
1.2. Departamento	**1.3. Municipio**	
1.4. Corregimiento, vereda o localidad		

1.5. Administrador o propietario				
1.6. Dirección / Ubicación				
1.7. Teléfono / Email				
1.8. Distancia (desde la cabecera municipal)	**1.9. Tipo de acceso**			
	Terrestre	**Acuático**	**Férreo**	**Aéreo**
1.10. Indicaciones para el acceso				
2. Características				
2.1. Código asignado				
2.2. Descripción				
3. Puntajes de valoración				
3.1. Calidad	**Puntaje**			
Estado de conservación (21)				
Constitución del bien (21)				
Representatividad general (28)				
3.2. Significado	**Puntaje**			
TOTAL		**Fuente**		
Diligenciado por:		***Fecha***		

Fuente: MINCIT Colombia, 2019.

La ficha de "Diario de campo" utilizada para el levantamiento de información de interpretación por parte de los investigadores que posteriormente se ejemplificará en un ejercicio de uno (1) de los ayudantes de investigación (Tabla 3).

Tabla 3. Ficha diario de campo

DIARIO DE CAMPO					
Actividad					
Investigador/Observador					
Objetivo/pregunta					
Situación					
Lugar-espacio					
Técnica aplicada					
Personajes que intervienen					
Hora	Actividad	Percepción	Análisis crítico, aprendizajes, conclusiones, recomendaciones	Consideraciones interpretativas	Fotografía

Fuente: Rodríguez Medina, F., 2019.

También se realizó el formato diseñado para las encuestas, a continuación:

FORMATO DE ENCUESTA

La Fundación Universitaria San Mateo en compañía del Docente Félix Rodríguez y el grupo de ayudantías de investigación de Gastronomía desea realizar a Usted las siguientes preguntas para obtener valiosa información para la consolidación de una ruta gastronómica que incluya al municipio. De la veracidad y objetividad de sus respuestas depende en gran parte de la orientación acertada del proceso turismo-gastronómico que se puede dar en el municipio de:

____

Nombre y apellidos completos: ______________________________________

Correo electrónico: ____

Celular/teléfono: ___________________________ Ocupación: ______________

Edad: __________________

1. ¿Cuáles son los sitios turísticos más destacables del municipio?

2. ¿Cuáles han sido y son las principales limitantes para el desarrollo turístico en el municipio?

3. ¿Cuál es la principal actividad económica del municipio?

4. ¿Existe buena presencia y apoyo de la fuerza pública en la comunidad?

5. ¿Considera usted que en los últimos años ha disminuido o aumentado la cantidad de turistas y visitantes que llegan al municipio?

¿Por qué?

6. ¿Cree usted que el turismo gastronómico puede beneficiar a su beneficio?

¿Por qué?

7. ¿Considera usted que la gastronomía colombiana ha llegado a otros países por medio del turismo?

8. ¿Cómo considera que se encuentra el municipio en los siguientes aspectos? (Bueno, Regular, Malo)

INFRAESTRUCTURA				
ÍTEM	BUENO	REGULAR	MALO	NS/NR
Restaurante				
Hoteles				
Atención al visitante				
Señalización				
Transporte				
Comercio				
Servicios culturales y recreacionales				
Vías de acceso				

9. ¿Cuáles sectores del municipio considera usted inseguros?

10. ¿Qué entiende usted por turismo gastronómico?

11. ¿Qué importancia tiene la gastronomía en el municipio

12. ¿Cuál cree que es el producto gastronómico más representativo del municipio?

13. ¿Qué sitio(s) gastronómico(s) recomendaría a un turista? ¿Por qué?

14. ¿Conoce usted alguna tradición gastronómica que aun practique? ¿Cuál?

15. ¿Estaría de acuerdo con la creación de una ruta gastronómica en la que esté incluido su municipio? SI______ NO______ ¿Por qué?

Muchas gracias por su colaboración.

Por último, se realizaron talleres de "Representaciones Sociales" en Villa de Leyva y Sutamarchán. Como muestra de su modelo (autoría propia de los investigadores principales del proceso) se presenta a continuación. Como ejemplo, se toma el ejercicio realizado en el municipio de Villa de Leyva:

DINAMIZADOR: Docente Félix Rodríguez (Fundación Universitaria San Mateo).

LUGAR: Teatro municipal Villa de Leyva.

ASISTENTES: Siete (7) personas.

AGENDA:

1) Presentación talleristas. Desarrollo dinámico de programación neurolingüística (juego).

2) Introducción, generación de pautas de desarrollo del taller.

3) Presentación de preguntas generadoras mediante entrega formulario; lectura del formulario y sesión de preguntas sobre el mismo.

4) Desarrollo preguntas generadoras por grupos de dos (2) o tres (3) personas.

5) Discusión resultado contestación preguntas.

6) Confección cartelera de representaciones sociales del turismo.

7) Puesta en común de las carteleras.

Figura 14. Ejemplo carteleras resultantes del taller



Fuente: Duque, L. y Camacho, P., Participantes de los talleres (Villa de Leyva).

Figura 15. Ejemplo carteleras resultantes del taller



Fuente: Pacheco, D. y Espitia, D., Participantes de los talleres (Villa de Leyva).

Figura 16. Ejemplo carteleras resultantes del taller



Fuente: Quintero, N. y Medina, J. Participantes de los talleres (Villa de Leyva)

Es importante hacer una reseña de las percepciones del trabajo de campo de los ayudantes de investigación, insumo importante para el diagnóstico de potencialidades. Lo anterior se ve reflejado en los documentos de "Diario de campo" desarrollados de manera conjunta por el grupo de investigación, sobre la base de un formato generado por el docente investigador (Félix Rodríguez) y cuyo ejemplo práctico se muestra a continuación:

Tabla 4. Diario de campo

ACTIVIDAD	Reconocimiento Ventaquemada
INVESTIGADOR	Leidy Paola Giraldo Vargas
OBJETIVO	Desarrollo del reconocimiento del potencial turístico gastronómico
SITUACIÓN	Visita *in situ* a municipios de la ruta Bochica
LUGAR	Ventaquemada (Boyacá)
TÉCNICA APLICADA	Observación directa
PERSONAJES QUE INTERVIENEN	Estudiantes: Cristian García y Leidy Giraldo Profesor: Félix Eduardo Rodríguez

HORA	ACTIVIDAD	PERCEPCIÓN	ANÁLISIS CRÍTICO-APRENDIZAJES-CONCLUSIONES-RECOMENDACIONES	CONSIDERACIONES INTERPRETATIVAS
9:00 am	Nos trasladamos del terminal del Norte de Bogotá a Ventaquemada	El servicio de transporte no sale con tanta frecuencia	Consultar rutas directas	No hay ruta que nos deje en el pueblo, toca recorrer a pie 10 minutos (min)
11:00 am	Llegada a Ventaquemada	Día muy tranquilo, poco turista.	No hay señalización	Falta señalización, aun siendo un municipio muy pequeño
12:00 am	Nos trasladamos del pueblo al restaurante "Estime sumercé"	Recorrido en bus aproximadamente 10 min desde el casco urbano	Servicio de transporte muy cercano	Buen servicio de transporte
12:15 am	Llegada al restaurante	Un lugar muy agradable y acogedor con un en vista panorámica de la naturaleza del lugar	Cruce de la carretera un poco peligroso, no hay puente peatonal en el lugar	Hay bastante restaurante en el sitio, falta de señalización
12:30 pm	Almuerzo en el restaurante	Comida tradicional	Calidad y buen servicio	Lugar muy apropiado para conocer la comida tradicional boyacense
2:00 pm	Regreso del restaurante al Municipio de Ventaquemada	Facilidad en el transporte	Un poco complejo al detener transporte ya que los buses van a alta velocidad.	Rapidez y economía
2:15 pm	Reunión con el alcalde de Ventaquemada	Alcaldía con buena arquitectura y facilidad de ingresar	Buena atención de funcionarios de la alcaldía	Aunque fue poco tiempo, se aprendió bastante sobre el municipio
3:20 pm	Realización de inventarios turísticos materiales	Poca facilidad para encontrar los sitios, no hay señalización	Los lugares tiene en su estructura física grietas y se encuentran en abandono	Poco conocimiento de lugares y referentes turísticos por parte de sus habitantes.
5:20 pm	Salida de Ventaquemada a Tunja	Facilidad de transporte	Viaje de 40 min aproximadamente	Servicio muy ágil, menos tiempo de lo que se esperaba

La importancia de la Tabla 4 radicó en la oportunidad de dar impresiones personales de los ayudantes de investigación y la de compartir sus apreciaciones, ya que al final de cada jornada se hacía una reunión para compartirlas.

Conclusiones y recomendaciones de la salida de campo por municipio

Conclusiones de la salida de campo municipio Ventaquemada.

La visita a este municipio fue satisfactoria, se tuvo la facilidad de tener una entrevista con el alcalde municipal (Dr. Carlos Julio Melo Aldana). Dicha autoridad brindó información valiosa acerca del municipio, resaltando sus platos típicos como es la arepa boyacense, la gallina criolla y diverso tipo de amasijos. Valga acotar que estas actividades en lo económico tienen un alto impacto, si se habla de detalles como los que refirió en la entrevista el alcalde; una matanza entre 12.000 a 14.000 gallinas en un fin de semana con "puente", cuestión que deja entrever la importancia y potencial de lo gastronómico en el municipio, así como el impacto económico.

Por otro lado, es de anotar la cercanía relativa del lugar con la capital colombiana (Bogotá) y el buen estado de la vía de comunicación. Además, su posición geográfica como lugar de paso de la doble calzada a Tunja, y "puerta de entrada" a Boyacá, genera un alto tráfico de personas y transporte de manera continua durante todo el año.

También se resalta la riqueza del patrimonio cultural material, principalmente, la Casa del Cuartel General del Libertador Simón Bolívar, lugar al cual se realizó visita y el levantamiento de evidencias fotográficas. Otros sitios representativos que se pueden citar son el puente de Boyacá (ubicado sobre el río Teatinos), el Atril de la Piedra, la Casa de Teja o de Postas y la estatua del general Francisco José de Caldas, así como otras actividades culturales (pertenecientes al PCI) relacionadas con el "Aguinaldo Ventaqueño" o las fiestas de San Antonio de Padua (patrono del municipio).

Recomendaciones derivadas de la salida de campo municipio de Ventaquemada.

Brindar mayor cuidado y la generación de un plan integral de mejoramiento y conservación de la Casa del Cuartel General. Su infraestructura se encuentra en estado de deterioro (según el registro fotográfico y los resultados de la ficha de levantamiento de inventario); así como de los otros lugares de interés ya citados, cuestión que se ha de prever como parte esencial del Plan de Desarrollo Municipal, para garantizar su financiamiento mediante recursos propios o de cofinanciación pública (del orden departamental o nacional) o incluso privada.

Generar un apartado especial en el Plan de Desarrollo Municipal dedicado al manejo diferenciado de lo turístico y de lo cultural, que busque además su relacionamiento con lo gastronómico. Estas actividades, aunque se desarrollan de manera conjunta y simultánea en la mayoría de los casos, no son fenómenos de igual característica, implementación y desarrollo; en su despliegue se ha de buscar que todos los actores sociales (comerciantes, prestadores de servicios turísticos, transportadores y comunidad local) se vean llamados, incluidos y beneficiados. Por otro lado, se debe lograr que toda la comunidad se involucre en las actividades de su desarrollo (de manera directa o indirecta), para así brindar mayores valores agregados a turistas y visitantes del municipio.

Ahora bien, mediante el contacto directo realizado por entrevista con los pobladores del municipio en su zona urbana, se pudo constatar la identificación de los potenciales de lo gastronómico y su relevancia para la población, sobre todo en las áreas contiguas a la doble calzada. Sin embargo, también la urgencia de generar redes colaborativas y de desarrollo de un clúster de servicios turístico, que puedan lograr no solo el servicio de paso a los visitantes y turistas, sino la posibilidad de estadía y diversificación de los recursos turísticos que potencialmente está en condición de configurar el lugar.

Conclusiones: salida de campo municipio de Tunja.

La ciudad como capital departamental muestra una amplia riqueza histórica y de referentes culturales. Aunque el Puente de Boyacá pertenece administrativamente al municipio de Ventaquemada hay mayor identificación de este lugar en Tunja. Aunque el lugar presenta las características de una capital intermedia, no ha perdido la esencia de un “municipio boyacense” grande y esto se refleja sobre todo en el Centro Histórico, que posee aun vías de acceso no muy amplias y la concentración propia de oficinas del Estado de un gobierno de carácter centralista.

Aunque posee un alto potencial turístico, este se deriva mayormente hacia lo cultural de referencia nacional e internacional (en determinadas actividades a lo largo del año: Aguinaldo Boyacense, Festival de la Cultural), y lo religioso e histórico como producto turístico de oferta constante. Otra característica única de la ciudad es la presencia de una alta cantidad de Universidades de referencia, por ejemplo, la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC) o la Universidad Santo Tomás (con acreditación de alta calidad educativa).

En lo referido a lo gastronómico, hay una alta presencia de establecimientos dedicados a la producción de amasijos tradicionales boyacenses (arepas, garullas, almojábanas, entre otros). Sin embargo, no hay variedad de platos o manifestaciones únicas del lugar, a excepción de la "cazuela boyacense", que es un caldo a base de leche al que se le adiciona calao (pan especial y semiduro), huevo o amasijos (arepa o almojábana).

Otro aspecto importante es el hecho de que los monumentos históricos presentes en el Casco Antiguo de la ciudad tienen una existencia larga, como por ejemplo la Casa del Fundador que data del siglo XVI, y de hecho es la única existente en el continente americano. Otro ejemplo es la Casa del Escribano (Don Juan de Vargas), aun en pie y en muy buen estado que data de 1585 cuando se inició su construcción.

Recomendaciones derivadas de la salida de campo municipio de Tunja.

Conservar y potencializar la significancia histórica y cultural de la ciudad, con la diversificación de servicios de carácter turístico a la par de la identificación de productos de carácter gastronómico. Sobre todo en la Vereda de Runta, que posee un carácter bastante peculiar de aparición dado que por tradición, no registrada en fecha, los días anteriores al jueves se hacía la matanza del cerdo y las familias de la zona abrían sus puertas para la venta "informal" de productos tales como el cuchuco con espinazo, los "chicharrones" y otros productos propios de la actividad.

Incluir como "política de Estado", ya no de gobierno, la conservación de edificaciones y monumentos de importancia nacional e incluso internacional, como la Casa del Fundador o los vestigios de la cultura Chibcha de carácter único, para citar dos ejemplos. Sus presupuestos de conservación están un tanto supeditados a los planes de gobierno temporales.

Incluir en los planes de gobierno la potenciación de una manifestación cultural tan importante como la gastronómica. No solo de la Vereda de Runta, si no de las plazas

de abastos populares (Plaza del Sur, del Norte, por ejemplo) aunadas a las visitas de monumentos y actos artísticos ya posicionados en la ciudad, para un mayor disfrute de los turistas y visitantes de la zona.

Conclusiones: salida de campo municipio de Villa de Leyva.

En el reconocimiento del municipio se pudo apreciar que hay una amplia variedad de sitios turísticos naturales en cercanías a la zona urbana del lugar, como Pozos Azules y la Cueva de la Fábrica, de fácil acceso. Gran parte de su arquitectura es colonial, sus calles empedradas le dan un aspecto muy especial y único al municipio. Además, su conservación es buena y la legislación para su cuidado y nuevas construcciones es estricta.

Hay una gran variedad gastronómica y de restaurantes, va desde platos típicos hasta internacionales, aunque la cocina local tradicional no hace alta presencia en establecimientos del Centro Histórico del lugar. Por otro lado, se pudo apreciar la presencia de nuevos establecimientos de comida fusión entre lo tradicional y las nuevas tendencias. Se pudo registrar también una buena presencia y acompañamiento policial, lo que aumenta la percepción de seguridad del municipio. No obstante, es necesario citar que en el informe de la Policía Nacional 2015-2017 realizado para la INTERPOL, según lo cita Ruge Rodríguez (2018), el 37% de los casos delictivos ocurrieron en la Zona Centro del Municipio (p.57).

Por último, se contó con una amplia colaboración de los funcionarios de la Secretaria de Turismo, y además de la comunidad local para el desarrollo del taller de "Representaciones Sociales" (del cual se adjuntó resultado, incluyendo carteleras). Por otro lado, mostraron su conocimiento y un compromiso con el servicio al turista.

Recomendaciones derivadas de la salida de campo municipio de Villa de Leyva.

A pesar de poseer una amplia oferta gastronómica son muy pocos los lugares con una identidad típica boyacense y de estos, muy pocos los conocidos. Se recomienda realizar un enfoque más específico a lo típico que a otro tipo de cocinas. Esto deriva en que se identifique otros municipios muy cercanos (Sáchica con la gallina o Sutamarchán con picadas y sopas tradicionales) con la comida "típica", restando una oportunidad a Villa de Leyva como destino de interés gastronómico.

Es importante mejorar los planes y proyectos de orientación y demarcación turística, lo que permitiría una mejor información a visitantes y turistas; cuestión que

redundaría en una estadía más larga en el municipio y repetitividad en el uso de los servicios turístico-gastronómicos del lugar. Hay que recordar que según el Sistema de Información Turística de Boyacá (SITUR) en 2019, Villa de Leyva se constituye como el municipio más visitado del departamento con un 34.56% del total.

Sería esencial realizar una estrategia de sensibilización psicosocial dirigida a todos los habitantes, empresarios y microempresarios relacionadas con el turismo (incluyendo lo gastronómico) para que todos sean beneficiados de las diferentes actividades que desarrolla la autoridad municipal. Así, busca una vinculación activa en los diferentes programas ofrecidos por este ente gubernamental.

Conclusiones: salida de campo municipio de Sutamarchán.

La visita al lugar fue muy satisfactoria, ya que se realizó el taller de representaciones sociales en la Biblioteca Municipal con una participación activa de comerciantes y personas que tenían cercanía y conocimiento de la realidad turística del municipio. Se pudo identificar que la cocina tradicional y local juega un papel importante en la economía de la zona, y un icono representativo es la longaniza como plato principal del municipio.

Hay una amplia variedad de negocios, más conocidos en el argot popular como "piqueteaderos", donde la oferta principal son los productos derivados de la matanza del cerdo acompañados de amasijos tradicionales y otros productos (plátano maduro, rellena, entre otros). Un aspecto interesante que derivó del taller de representaciones sociales es la identificación de un icono representativo del municipio, la iglesia y su campanario, así como la longaniza como plato principal de un menú tradicional. También de esta misma actividad una de las conclusiones es la de considerar la zona como una sumatoria de ofertas y no solo al municipio como un destino único si no complementario.

Recomendaciones derivadas de la salida de campo municipio de Sutamarchán.

Brindar mayor atención a los planes de conservación y mejoramiento de lugares como el Cementerio Municipal y a la fuente que se encuentra en la Plaza Central, para citar ejemplos concretos, ya que sus partes físicas y estructurales se encuentran deterioradas. Ofrecer a la comunidad talleres continuos, o por lo menos más frecuentes, de desarrollo turístico, para lograr una mayor apropiación de los habitantes de este fenómeno buscando se hagan partícipes de sus actividades.

Lograr un diálogo más dinámico y la concertación de alianzas estratégicas para el desarrollo de lo turístico-gastronómico con los municipios aledaños y de cercanía con la finalidad de definir y afianzar el clúster que se ha venido formando desde hace ya un buen tiempo en la región.

A diferencia de Villa de Leyva, e incluso Sáchica, la oferta hotelera del lugar no es muy amplia y su calidad no se corresponde siempre a los estándares de competitividad que se promueve desde las Normas Técnicas Sectoriales a este respecto, lo que puede restar importancia a este sector de la actividad, que ante todo lo que busca es generar estadía y repetitividad en el uso delos servicios del lugar.

Conclusiones: salida de campo municipio de Sáchica.

El sitio cuenta con un producto gastronómico bien identificado y estructurado que es la gallina criolla y sus acompañantes (arroz tigre, "cascabeles" de plátano, ensalada, yuca y papa), cuestión que le diferencia de otros municipios aledaños. Lo anterior, sin querer decir que sea el único plato, pero si el que identifica la zona.

Un aspecto de relevancia es el hecho que más que sitios turísticos, se están desarrollando programas relacionados con la paleontología y rutas geológicas que se vienen identificando en las diferentes veredas del municipio con el apoyo del Servicio Geológico Nacional. Además, la Secretaria de Turismo Municipal está realizando las caminatas de avistamiento de aves en pro de cuidar el medio ambiente, también para reconocer la biodiversidad. En complemento, cabe destacar que esta actividad dinamiza bastante el aspecto económico en la región.

A pesar de ser un municipio con alta vocación agrícola recibe visita frecuente de turistas, no por los eventos propios, sino por la influencia de otros destinos como lo es principalmente Villa de Leyva, lo que inicialmente se puede configurar como una ventaja competitiva para el municipio.

Recomendaciones derivadas de la salida de campo municipio de Sáchica.

Avanzar en la consolidación de programas y proyectos relacionados con el cuidado de sus sitios turísticos insignias, como es el Parque Principal, que tiene ejemplares únicos de olivos incluso centenarios y de las pinturas rupestres ubicados en las veredas de influencia. La necesidad de generar campañas de sensibilización para incentivar la apropiación de los bienes culturales del municipio por parte de los habitantes para

poder lograr que estos se conviertan en atractivos turísticos propios y no como efecto "rebote" de los de otros municipios. Un ejemplo de ello es la Semana Santa "viva" del lugar y otros eventos propios como las fiestas patronales.

Hay amplias posibilidades de implementar actividades relacionadas con el agroturismo, teniendo en cuenta que primero hay que capacitar a los habitantes del municipio para tal objetivo. En este sentido, proseguir con los diferentes cursos para capacitar a los microempresarios sobre los beneficios y ventajas de desarrollar el turismo- gastronómico como un producto diferenciado y único relacionado con la gallina criolla y los olivos, cuestión que no posee uno de los principales destinos turísticos de la zona, Villa de Leyva. Este es un factor diferenciador de suma importancia, ya que puede ser parte de la "oferta única" en la estrategia de mercadeo del producto turístico-gastronómico.

Por último es importante acotar que el análisis desarrollado tan solo corrobora y reafirma el potencial turístico-gastronómico de la zona, especialmente, la posibilidad de la configuración de un clúster turístico complementario. Bien puede estar conformado por Villa de Leyva, como destino que llama la demanda; los municipios de Sáchica y Sutamarchán, por un lado; por el otro, Tunja y Ventaquemada con una oferta complementaria. Como se ha dicho con antelación, este primer acercamiento tan solo es el diagnóstico para dar paso a las recomendaciones de la OMT frente a la configuración de un producto turístico-gastronómico. Además, bajo la metodología en la que esta primera parte corresponde a los pasos iniciales, más no únicos del diagnóstico estratégico, planteados en la *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico* (2019), que si bien novedosa, ya posee elementos sólidos para su despliegue en la zona de estudio.

Referencias bibliográficas

Boyacá cultural. (2019). Sáchica. *Boyacá cultura*. Recuperado de: http://www.boyacacultural.com/index.php?option=com_content&view=article&id=556&Itemid=33

DANE (2017) Estimaciones de *población* nacional y departamental por área, sexo y edad 2005 – 2017

Expovilla. (s.f.). Mapa Villa de Leyva. *Expovilla*. Recuperado de: http://www.expovilla.com/mapas

Gobernación de Boyacá. (2008). Departamento de Boyacá. *Researchgate*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/figure/FIGURA-1-Localizacion-de-Ventaquemada-y-Turmeque-Fuente-adaptado-de- Gobernacion-de_fig1_328519409

MinCIT. (2019). El turismo obtuvo resultados históricos en el 2018. *MinCIT*. Recuperado de: http://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/el-turismo-obtuvo-resultados-historicos-en-2018

Ministerio de Cultura. (2011). *Convención y Política de Salvaguarda PCI*. Bogotá: Editorial Nomos S.A.

OMT y Basque Culinary Center. (2019). *Guía para el desarrollo del Turismo Gastronómico*. Madrid: OMT.

Ruge, R. (2018). *Imaginarios Sociales de la población local y los turistas sobre el Municipio de Villa de Leyva* (tesis de maestría). Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Sistema de Información Turística de Boyacá. (2017). Turismo receptor. *Situr*. Recuperado de: https://situr.boyaca.gov.co/estadisticas/turismo-receptor/

Sistema de Información Turístico de Boyacá. (2019). Turismo en Boyacá. *Situr*. Recuperado de: https://situr.boyaca.gov.co/

Toda Colombia. (s.f.). Departamentos de Colombia. *Toda Colombia*. Recuperado de: https://www.todacolombia.com/departamentos-de-colombia/boyaca/index.html

Tunja destino imperdible. (2013). Localización del municipio de Tunja en el país. *Tunka destino imperdible*. Recuperado de: http://tunjadestinoimperdible.blogspot.com/2013/05/

Wikipedia. (s.f.). Boyacá: Sutamarchán. *Wikipedia*. Recuperado de: https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Colombia_-_Boyaca_-_Sutamarchan.svg

Zebratrip. (s.f.). ¿Cómo llegar a Villa de Leyva? *Zebratrip*. Recuperado de: http://www.zebratrip.com.co/como_llegar_a_villa_de_leyva/

Capítulo 5

Modelo de educación para el desarrollo de las potencialidades turísticas y gastronómicas como elemento sostenible

Royer Yesid Gutiérrez Quecano [1]
Claudia Milena Rodríguez Rodríguez [2]

---

[1] Magister en Educación, Especialista en Recursos Humanos, Comunicador Social-Periodista, Coordinador de Investigación Programa de Gastronomía Fundación Universitaria San Mateo, Colombia. Correo electrónico: rygutierrez@sanmateo.edu.co
[2] Magister en Dirección y Consultoría Turística, Administradora de Empresas Turísticas y Hoteleras, Técnica Profesional en Cocina, directora del Programa de Gastronomía Fundación Universitaria San Mateo, Colombia. Correo electrónico: dirección.gastronomia@sanmateo.edu.co

"No puedes tener una influencia de la cocina de un país si no la entiendes. Y para entenderla, tienes que estudiarla".
Adrià Ferra (2012)

Resumen

El texto busca analizar los elementos pedagógicos que deben tener los estudiantes y docentes a la hora de identificar un modelo de educación, para el reconocimiento de una identidad gastronómica. Partiendo de la generación de ambientes de aprendizaje y estrategias de formación, que permitan desde la visión humanista establecer al profesional de gastronomía como agente protector y difusor de las tradiciones como de costumbres nacionales desde el trabajo en el aula de clase, la cual será el objeto de análisis y reflexiones como espacio de intercambio de saberes experienciales; en los cuales son fuente de discusión para la generación del nuevo conocimiento.

Palabras clave: educación; preparación de alimentos; pedagogía.

Ambientes y estrategias de educación para el reconocimiento de una identidad gastronómica

Ambientes para el reconocimiento de una identidad gastronómica.

Dentro del desarrollo de la formación en los profesionales en gastronomía, hotelería y turismo el eje fundamental de su formación debe centrarse en el reconocimiento de su identidad como ciudadano de una nación, en las cuales las costumbres y las tradiciones sean los elementos de custodia de la cultura de un país, las cuales permitirán ser centro para el reconocimiento nacional e internacional a nivel de la industria culinaria.

Tomás López y María Margarida (2011) sostienen que:

> (…) La actividad turística se caracteriza en la actualidad por los cambios asociados al turismo temático entre lo cual se destaca lo relacionado con la recuperación de la herencia cultural y social de las áreas geográficas, el contacto con la naturaleza y el conocimiento de las costumbres de la propia comunidad local. (p.3)

Mediante este proceso de identificación de las costumbres locales; la gastronomía juega un papel fundamental en poder capturar la esencia de las comunidades mediante los sabores, texturas y colores de los platos autóctonos de los territorios turísticos, que aportan en cada uno de los visitantes nacionales o extranjeros la caracterización de los hábitos de la población nativa, permitiendo posicionar los productos culinarios dentro de los gustos de los viajeros.

Estos elementos descritos que se presentan en la cadena de consumo de la actividad turística deben ser trasladados a las aulas de clase como elementos de formación de los profesionales de la gastronomía, la hotelería y el turismo, mediante la generación de ambientes de aprendizaje que garanticen el reconocimiento de lo autóctono en un marco del posicionamiento de imagen de los destinos turísticos, ayudando a la difusión de los elementos culturales de las regiones de un país, a nivel local, nacional e internacional.

En el caso de la presente indagación se toman como punto de partida los municipios cundiboyacenses de Villa de Leyva, Sutamarchan y Sáchica trabajo realizado por los investigadores Elizabeth Araque Elaica y Félix Rodríguez Medina; quienes realizaron la búsqueda de los elementos que caracterizaban las tradiciones a nivel de gastronomía de esta región del país. Este será el caso de análisis que se quiere tomar para identificar las estructuras temáticas y sociales que desde el papel de la academia se deben tener en cuenta a la hora de guiar el proceso de educación de los profesionales del sector turístico gastronómico en la actualidad.

Para ello es importante establecer un marco de referencia sobre lo que se puede interpretar como identidad, para luego diseñar la estructura con que se va abordar dentro del modelo de aprendizaje el reconocimiento de una cultura culinaria local. Uno de las principales reflexiones sobre el tema de identidad lo aborda Laborde y Medina (2015), cuando establece que lo único que puede identificar a un pueblo es su forma de

actuar, mediante las prácticas de costumbres que evidencien de carácter simbólico un producto sea danza, pintura o platos autóctonos que toman elementos inmateriales de las comunidades como lo son: los cantos o narraciones orales.

Sin embargo, Contreras (2007), realiza una definición más detallada del proceso al entender la identidad como:

> (…) Una parte intrínseca de una cultura, del vivir el día a día, de lo popular, que se convierte en patrimonio, donde se trasforma al pasar de los años que ayuda en la construcción de una sociedad mediante las narraciones de las historias donde se evidencia las tradiciones de las poblaciones, encontrando un espacio en la memoria individual y colectiva que describe un territorio. (p.22)

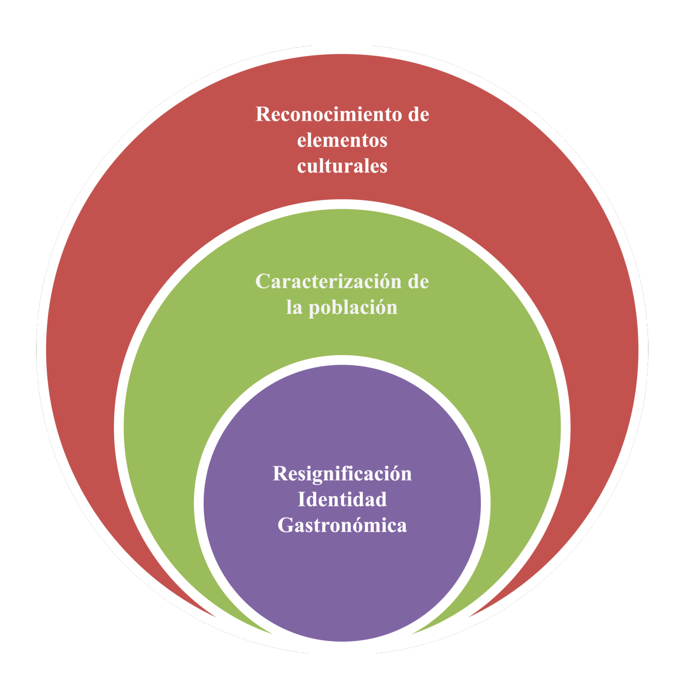
Mediante la identificación de estas características es donde se inicia el proceso de aprendizaje asociado a la indagación y experiencia, que deben tener los estudiantes al momento de caracterizar los elementos que identifiquen las tradiciones de los destinos turísticos, en el caso de la investigación de la "Ruta Bochica" se evidenció los productos autóctonos relacionándolos con la historia de la región y como ellos pueden describirse al momento de generar una ruta gastronómica.

Teniendo en cuenta que, dentro de la investigación desarrollada por Araque y Rodríguez dentro de su modelo de ruta, se sugiere que el aprendizaje de la identidad culinaria este sujeto a lo que sostiene Panza (2016) cuando expresa:

> A partir de la Sociedad del conocimiento como algunos lo llaman o la Sociedad pos moderna como lo denominan otros, el aprendizaje debe estar centrado en el estudiante, el desarrollo de retarlo para ponerle proyectos que demuestren sus capacidades, que sepa hacer, que aprende en red, que se inserte en una dirección participativa, mediante una comunicación dirigido a la construcción de una meta; en la cual las construcciones cognitivas, valóricas y motrices estén orientadas a lograr la consecución de un objetivo. (p.21)

Para ello se da a conocer el ciclo de desarrollo del aprendizaje para el reconocimiento de una identidad gastronómica:

Figura 1. Ciclo del aprendizaje para el reconocimiento de una identidad gastronómica



Fuente: Elaboración propia del autor

En la Figura 1 se establece que para el marco de enseñanza de una identidad gastronómica es fundamental hablar de reconocimiento de los elementos culturales de una población, ya que en este marco se desarrolla la generación y diseño de experiencias culinarias, que establecen los profesionales en cocina; como medio de difusión de costumbres y tradiciones que hacen parte de las sociedades colombianas.

Cuando se tiene en claro cómo se originan, cómo se establecen los elementos culturales de una población, se genera un proceso de análisis el cual se enfoca desde la historia de los ingredientes hasta las técnicas de cocción que se van a implementar dentro de las preparaciones; fortaleciendo la resignificación de lo autóctono dentro de un mundo contemporáneo que ha sido invadido por la moda de la fusión y ensamble de productos. Como lo describe Caballero (2008) cuando dice que:

> En el nuevo siglo se enfrentan enormes desafíos producto de la evolución de las sociedades modernas cada vez más interrelacionadas universalmente. La relación de educación-sociedad ha sido un dialogo permanente a lo largo del desarrollo histórico-social, así lo demuestra las diferentes etapas por la que han pasado las sociedades. (p.21)

Teniendo ya definido los hechos que describen la parte cultural se debe empezar a caracterizar la población con la que se va a trabajar los productos gastronómicos; en dicha descripción el docente encargado del proceso de guía- enseñanza debe insistir en:

1. Ubicar el lugar geográfico del grupo de análisis, esto permitirá conocer no solamente su ubicación, si no trazar las zonas de influencia con otros grupos de comunidades que compartan los mismos lazos de elementos culturales.

2. Permitirá reconocer la historia de los ingredientes que utiliza las comunidades a la hora de construir platos autóctonos del territorio seleccionado de análisis.

3. Mediante el diseño del estudio socio-económico, se permite identificar los platos autóctonos de la región que son más consumidos, detallando los gustos de los comensales.

4. Los entornos históricos son fundamentales establecer, ya que es la información que permitirá conocer la cronología de influencia nacional o extranjera dentro de las elaboraciones de los productos nativos.

5. Es importante reconocer e identificar los portadores de tradición, ya que son los encargados de difundir las recetas y costumbres que tienen la comunidad de estudio, convirtiéndose en fuente de referencia de información.

Mediante esta construcción se plantea que el estudio de la gastronomía a nivel nacional, debe generar un llamado a sustentar la elaboración de productos con argumentos complementarios en otras áreas del saber, que ayuden a difundir el desarrollo de nuevas ofertas gastronómicas o con el concepto que describe Pauline Adema (2006):

> (…) cuando se habla del estudio de la gastronomía de las regiones nacionales se puede definir como paisajes gastronómicos que son avalados por estudios políticos, económicos o históricos que, de una u otra forma, describen la esencia cultural de los territorios, convirtiéndose en fuente de Patrimonio Nacional Culinario, donde el lazo se estrecha entre la relación del lugar de análisis y su comida. (p.13)

Todos estos elementos mencionados con anterioridad dentro de la estructura que debe tener en cuenta el docente, nos llevan a la última fase que se denomina la resignificación de la identidad gastronómica; la cual permite generar la apropiación de los elementos simbólicos y no simbólicos del proceso cultural de la región. En el caso de la indagación denominada "Ruta Bochica" se evidencia que existe un cambiante significado de las nuevas generaciones de comunidades que no se sienten arraigadas con su tradiciones, las cuales prefieren abandonar sus territorios e incursionar a la capital del país en la búsqueda de nuevos horizontes, debido a que no se sienten parte del legado cultural que sus familias hicieron parte al pasar de los años.

Por ello, dentro del modelo de formación que se plantea en el siguiente capítulo, busca incentivar las características que tiene cada uno de los municipios de la región delimitada en la investigación, para dar un nuevo significado a la cadena de valores sociales que deben tener los individuos y hacerlo participes de lo que expone la Organización Mundial de Turismo (OMT) en su libro *Guía para el desarrollo del turismo gastronómico* (2019) cuando define:

> Un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina. El enoturismo (turismo del vino), es un subtipo del turismo gastronómico y se refiere al turismo cuyo propósito es visitar viñedos, bodegas, degustar, consumir y/o comprar vino, ya sea directamente o cerca del lugar donde se produce. (p.8)

El conocer los principales procesos que involucran la identidad, desde el origen familiar y artesanal permitirá que tanto estudiantes, docentes y comunidad nativa del territorio fortalezcan su conocimiento y práctica dentro de las alternativas de venta de experiencia, dándole nuevas opciones de reconocimiento a los destinos turísticos, ya que se garantizará la construcción de una difusión integral de las ofertas gastronómicas a los viajeros nacionales y extranjeros.

De esta manera se puede fortalecer el concepto que maneja Seijas (2010) cuando sostiene que:

> La identidad cultural es un concepto relativamente nuevo para las ciencias sociales, que sistematiza los elementos que distinguen a una colectividad humana, localidad, región un país, área geográfica e incluye los rasgos que tipifican entre si a los individuos que forman parte de la sociedad. La esencia está en que no se homogenizan a referidos sujetos, sino que se tienen en cuenta y se integran sus diferencias en un todo a desiguales escalas. Está Inmersa en un proceso de construcción y se enriquece con la pluralidad de culturas, con las cuales está en constante interacción (p.2)

La continua variación de la identidad en el caso de la gastronomía, permite que durante el proceso de reconocimiento tanto de habitantes como de viajeros, establezcan un canal de comunicación unificado donde el objeto de aprendizaje sea la interacción de la experiencia que se originan entre la parte cultural del territorio, la experiencia de sus cocinas y el impacto de ubicación socioeconómico; los cuales colocan en el mapa de la educación la responsabilidad de incentivar las estrategias prácticas para el correcto aprendizaje de los modelos turísticos sostenibles dentro de un marco de continuo aprendizaje y que dichas estrategias estén orientadas a que lo profesionales de gastronomía, hotelería y turismo continúen a la vanguardia de difundir la tradición ante la nuevas culturas emergentes.

Estrategias pedagógicas, bitácora de enseñanza-aprendizaje de una identidad gastronómica.

Dentro de la formación de profesionales en instituciones de educación superior, es fundamental que el grupo de docentes pueda establecer una serie de herramientas que motiven la construcción de saberes, los cuales estén orientados a incentivar el uso de las tradiciones y costumbres de las comunidades locales, ya que son la fuente para la venta de experiencias a nivel turístico y gastronómico. Así en esta sección se tratará de brindar elementos de análisis a los docentes que se encuentran en la tarea continua de poder explicar la importancia de lo autóctono de las regiones nacionales como plataforma de difusión ante la comunidad de viajeros locales e internacionales; que se encuentra dentro de un mapa de alternativas de visita en un mundo competitivo de destinos turísticos.

Para ello se toma como parte fundamental el concepto que desarrolla Crisholm, Harris, Northwood y Johrendt (2009), cuando dentro del análisis en su recorrido por el proceso de enseñanza – aprendizaje, justifican que el "modelo experiencial" busca combatir la desconfianza de aquellos profesores conservadores ante la utilización del aprendizaje fuera del aula y en el lugar de trabajo, para poder complementar la educación y así fortalecer las competencias de los aprendices autónomos y reflexivos. Características que son fundamentales dentro la identidad como medio de construcción del ser humano, orientado a la formalización de ofertas turísticas gastronómicas alineadas al desarrollo del proceso integral de la formación de los profesionales del área de la gastronomía y del turismo.

María Inés Solar y Claudio Díaz (2009), indagan que en el campo de la docencia dentro de la formación de estudiantes se puede analizar que:

> (…) los grandes desafíos que los docentes tienen que realizar, para encontrar el significado a su experiencia pedagógica, se basa en el rol de las teorías, las prescripciones externas y las experiencias de otros docentes adquiriendo relevancia cuando ellas puedan articularse con las experiencias del propio docente y a la vez tengan sentido en su trabajo. (p. 22)

Dicha caracterización demuestra que los docentes juegan un papel fundamental dentro de los elementos de práctica de los conceptos que se desarrollan en las aulas de clases; la experiencia y la discusión de saberes tanto de estudiantes como de los mismos profesores, permiten generar nuevas herramientas que ayuden a la responsabilidad de encontrar canales precisos de socialización de identidades culturales. Sin embargo, para unificar dichos conceptos es fundamental analizar la posición de Freire (1997), cuando realiza la siguiente afirmación: “no somos seres de adaptación si no de transformación” (p xx). A partir de ello el aprendizaje dialógico toma fuerza en las estrategias de aprendizaje ya que permite dar luz a las comunidades del conocimiento con el continuo intercambio de información de docentes a estudiantes, de estudiantes a estudiantes y de sociedad a escuelas de formación.

Tomando como punto inicial de análisis dentro del rol del docente como agente custodio y difusor de tradiciones materiales e inmateriales, se plantean las siguientes actividades que contribuyen a dar luz de la enseñanza de un modelo de conocimiento de una identidad cultural gastronómica.

Tabla 1. Matriz de estrategias pedagógicas para el desarrollo de la articulación en la identidad gastronómica

Estrategia	Descripción de la aplicación de la estrategia	Pasos para su desarrollo	Utilidad programa de gastronomía
Aprendizaje Basado en Problemas ABP	Es una herramienta pedagógica desafiante, la cual consiste en proponer a los estudiantes, un problema relacionado con la identidad gastronómica bogotana. En él los estudiantes buscan dar sus conocimientos, mediante un pensamiento crítico, que les permita indagar y poner en	**Paso 1** **Analizar el escenario del problema** Mediante la exposición del caso que se necesita resolver, el estudiante generará una interacción con la problemática expuesta, relacionando las fuentes que debe consultar.	Permite la interacción de los estudiantes con sus compañeros, además de encontrar motivación frente a un reto expuesto. Genera elementos de análisis para el desarrollo de soluciones que les permita dar alternativas dentro de su rol profesional. Genera responsabilidad frente a actividades encomendadas.

	práctica los conceptos desarrollados desde su formación. Esta estrategia permite poner a prueba las habilidades sociales en relación de construir sus cocimientos el rol de solucionar los problemas presentados.	**Paso 2** **Realizar un diálogo interno y externo** Los educandos mediante el desarrollo de su experiencia establecen procesos de hipótesis e identifican las causas del problema. **Paso 3** **Generar un plan de trabajo** Mediante una consulta de la información que conocen, generan un esquema del desarrollo del trabajo. **Paso 4** **Recopilación de información** En esta parte el grupo de trabajo consulta fuentes primarias, secundarias y terciarias, donde establecen la importancia de los argumentos adquiridos. **Paso 5** **Difusión de resultados** Luego de conocer la integración de las diferentes fuentes de	

		información se empieza a concluir la aplicabilidad del proceso.	
Aprendizaje Orientado a Proyectos	Mediante el aprendizaje experiencial se busca que el estudiante coloque en práctica sus conocimientos, elementos que durante la formación solo se han hecho de manera tradicional y monótona. El proyecto seleccionado, busca integrar los conocimientos de la identidad gastronómica capitalina, a partir de propuestas de platos típicos	**Primer proceso** Se da a conocer el proyecto a trabajar, se esboza un primer borrador de temáticas para empezar abordar el reto expuesto. **Segundo proceso** Se caracteriza el problema a trabajar, luego se analizan las posibles fuentes de consulta para el argumento de su desarrollo. Se busca la consulta con terceros, quienes brindarán su orientación en el proceso. Tercer proceso Mediante el análisis de cada una de las características del proyecto se empiezan a definir los roles de los participantes. Cuarto proceso Se inicia con la construcción de los productos que den solución al problema planteado.	Permite el desarrollo de habilidades de los estudiantes, en la búsqueda de dar soluciones precisas frente al desarrollo de un proyecto, donde se pone a prueba la coordinación y el trabajo en equipo.

Fuente: Elaboración propia del autor

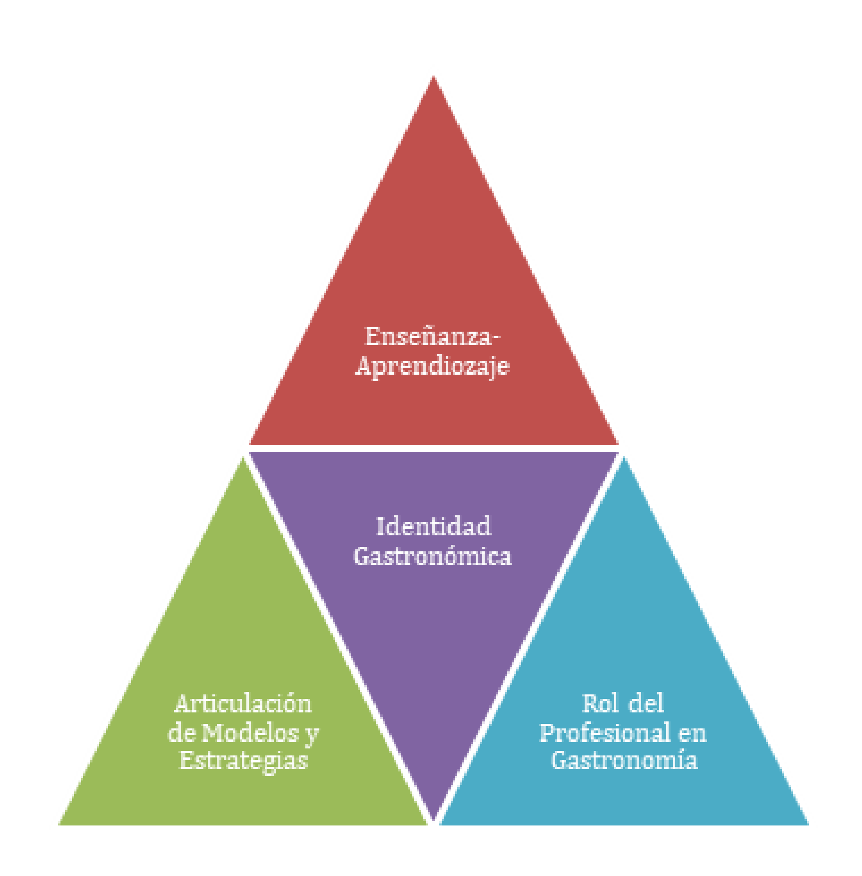
Es importante precisar que estos elementos están sujetos a cambios, de acuerdo con las continuas actualizaciones del manejo de la identidad, tanto en los campos de la venta de productos, como de la interpretación de elementos socioculturales y turísticos; las estrategias pedagógicas son ajustables al impacto que se quiera obtener de los estudiantes dentro de los procesos de formación.

Reconocimiento del rol del gastrónomo como agente protector y difusor de una identidad cultural desde la formación del aula de clase

La gastronomía colombiana está desarrollando el reconocimiento de la importancia de los entornos investigativos de aprendizaje, que permitan el reconocimiento del profesional en culinaria en su rol de portador de conocimiento y tradición, a nivel nacional e internacional. Colocando a la academia la tarea de resaltar la identidad cultural del país mediante la identificación de los portadores de tradición emblemáticos del territorio nacional, encargados de preservar y salvaguardar las representaciones inmateriales de las preparaciones autóctonas locales.

El aula de clase se convierte en una extensión para la difusión de técnicas de elaboración de productos; los cuales son acompañados de los saberes ancestrales, históricos y sociales que se encuentran dentro de cada uno de los territorios del país, la geografía, la economía y los estudios psicográficos son las herramientas de consulta en las cuales los gastrónomos profesionales pueden tomar como referencia al momento de plantear la venta de productos.

Figura 2. Estructura del entorno de los ambientes de aprendizaje para la protección y difusión de una identidad gastronómica.



Fuente: Elaboración propia del autor

En la Figura 2 se aprecia que dentro de las aulas de clases se construyen diferentes micros espacios que articulados y unificados en criterios permiten estructurar los medios de salvaguardia de las tradiciones de las poblaciones nativas del país.

1. La Enseñanza-Aprendizaje: no solamente analizada en la entrega de información, sino como el lugar donde el docente debe relacionar lo aprendido en su experiencia con las investigaciones, publicaciones y estudios que motive al estudiante a la puesta en práctica de su conocimiento.

2. Articulación de Modelos y Estrategias: dentro de los espacios de formación es fundamental establecer las actividades que ayuden a la participación de los educandos, dentro del reconocimiento de su ser como ciudadano, el cual hace parte de la descripción cultural de un país identificado de las traiciones tanto materiales como inmateriales.

3. Rol del Profesional en Gastronomía: mediante los diferentes campos de acción en los cuales se desarrolla el profesional en cocina, es imperativo que siempre sea un embajador y difusor de las técnicas, productos y costumbres que describan los espacios de desarrollo patrimonial de los territorios nacionales.

4. Identidad Gastronómica: entendida como la unidad donde convergen los otros tres ejes (La Enseñanza-Aprendizaje, Articulación de Modelos y Estrategias y Rol del Profesional en Gastronomía) que permitan el reconocimiento desde lo ancestral hasta el proceso social y productivo.

La educación en la actualidad ha tenido varios cambios a partir de las diferentes necesidades que las sociedades han generado en el transcurso de los años, luego de iniciar con la formación del ser desde su forma de pensar, para luego verlo reflejado en su actuar, los docentes han sido los encargados de guiar el proceso. En el caso de la gastronomía se ha podido establecer que el conocimiento sea quedado en transmitir las técnicas básicas de cocina y han apartado los elementos de arraigo de las comunidades nativas del país.

Para ello se sugiere tomar en cuenta las recomendaciones que realiza Gómez (2005), cuando describe los factores que deben tener los docentes en sus clases:

Habilidades Docentes

Las principales habilidades que debe tener en cuenta el docente, en proceso de formación:

- La inducción: presentación del tema de una forma dinámica

- Comunicación Verbal: técnicas de comunicación

- Variación y estimulo: elementos de interacción participativa de docentes y estudiantes

- Formulación de preguntas: preguntas centradas en el desarrollo de actividades orientadas a objetivos

- Refuerzo verbal y no verbal: manejo de elementos de participación y puesta escena de conceptos

- Integración: elementos de contraste de información

- Organización Lógica: importancia y conexión de los temas desarrollar (p.45)

Estas características expuestas buscan sensibilizar el desarrollo de la formación profesional en gastronomía eje clave del desarrollo de las experiencias de los territorios nacionales; para ello es fundamental el interés de los estudiantes en conocer sus orígenes y poder transmitir desde una visión humana las recetas autóctonas.

Analizando el fenómeno que se está presentando en la actualidad, se plantea que la visión humanista en los diversos campos del saber debe estar trazada por un proceso de "encuentro humano " (López , 1996 , p. 31); donde el diálogo interno del sujeto permita su interpretación libre de los diversos factores que componen la realidad , permitiendo ampliar la comprensión de los diversos elementos que sustentan su percepción frente a los hechos que los rodean.

Elementos que permiten a las instituciones educativas iniciar una sensibilización de los temas que se están desarrollando en clase, generando en los estudiantes la oportunidad de cuestionar y de intervenir en los procesos de educación, estableciendo la participación activa y argumentativa de las diferentes visiones que las academias están ejecutando.

Clara Inés Stramiello (2005), sostiene que lo que se pretende con el desafío de la educación humanista es desarrollar una formación integral de la persona, "porque una visión sesgada y unilateral en cuanto a la formación humana lleva al retroceso en aspectos de generación de educación cuando se desarrolla en un solo sentido" (p.2). Es en esos momentos, donde el papel de la escuela es fundamental, permitiendo que sus estudiantes desarrollen herramientas de análisis que permitan contrastar los diferentes factores, que ayuden a tener una fundamentación a los diversos elementos que rodea el papel de guía en la formación.

La educación humanista desarrolla el papel de generar un proceso reflexivo y crítico, que busca brindarle a los estudiantes "una reivindicación de los valores humanos"

(Granero , 2006 , p. 44); permitiendo que la escuela desarrolle un papel transformador del discurso pedagógico , dejando de lado la superficialidad en que vive el mundo ra- cionalista.

El objetivo de dicho análisis se encuentra en la "autoconstrucción" del ser de acuerdo con lo expresado en la filosofía educativa, donde el hombre debe adquirir las destrezas de explotar sus potencialidades bajo la visión de seis fundamentos como lo son: la creatividad, la libertad, la criticidad, la solidaridad, la integración y la armonización de su mundo bajo la conciencia de su actuar (Patiño , 2012 , p. 45). Todas estas características se deben alcanzar mediante procesos de diálogo grupal donde el intercambio de ideas permita brindar una amplia noción de perspectivas que ayuden a analizar las dinámi- cas vivenciales del mundo actual.

Referencias bibliográficas

Adema, P. (2006). *Festive Foodscapes: Iconizing Food and the Shoping of Identity and Place*. Austin: The University of Texas.

Adrià, F. (2012) La Comida de la familia y el Equipo del Bulli, Segunda Edición, Editorial RBA Libros, España. ISBN: 9788492981823

Conteras, J. (2007). El patrimonio alimentario en el área mediterránea. En Jordi Tresserras y F. Xavier Medina (Eds.). *Patrimonio gastronómico y turismo cultural en el Mediterráneo*. Barcelona: Universidad de Barcelona-Ibetur.

Crisholm C.U., Harris, M.S.G., Northwood, D.O & Johrendt, J.L (2009). The Characterisation of Work-Based Learning by Consideration of the Theories of Experiential Learning. *European Journal of Education*, 44 (3), pp. 319-337.

Freire, P. (1997). *A la sombra de esta árbol*. Barcelona: El Rouire.

Gómez, M. (2005). La transposición didáctica: Historia de un concepto. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*, 1(1), pp. 83-115.

Granero, G. (2006). La educación y la crisis de la modernidad. Hacia una educación humanizadora. *Revista de Artes y Humanidades*, 8 (19), pp. XXX

López, P (1996) Encuentro de lo Humano. España. Página 31-32

López, T., y Margarida, M. (2011). Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinaria. *Book of Proceedings* Vol. 1- International Conference on Tourism & Management Studies, pp. 915-922.

Laborde, G., y Medina, F. (2015). De los recetarios nacionales a los expedientes patrimoniales. Una confrontación de identidades y políticas culturales. En Ricardo Ávila, Marcelo Álvarez y F. Xavier Medina (Coord.). *Alimentos, cocinas e intercambios culinarios. Confrontaciones culturales, identidades, resignificaciones*, (pp. 89-104). Guadalajara: Estudios del Hombre/ Universidad de Guadalajara.

Organización Mundial del Turismo. (2019). *Guía para el desarrollo del Turismo Gastronómico*. Madrid: OMT.

Panza, O. (2016). La gestión del aprendizaje, algunas preguntas y respuestas sobre en relación con el desarrollo del pensamiento en los estudiantes. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 21, pp. 0.

Patiño, G (2012) Conciencia Pedagógica. Asturias. Página 45

Seijas, C. (2010). *La identidad cultural en las disciplinas del ciclo artístico*. La Habana (Cuba): Editorial Pueblo y Educación.

Solar, M y Diaz, C. (2009) Los procesos de enseñanza-aprendizaje en el aula universitaria: una mirada desde las creencias de académicos de trabajo social y periodismo. *Estudios Pedagógicos*, 35(1), pp. 181-197.

Soubal, S. (2008). La gestión del aprendizaje, algunas preguntas y respuestas sobre en relación con el desarrollo del pensamiento en los estudiantes. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 21, pp. 0.

Stramiello, I. (2005) ¿Una Educación Humanista Hoy? *Revista Iberoamericana de Educación*, 36(8), pp. 1-5.


Fundación Universitaria
SAN MATEO
Editorial